Programa de Turismo de Naturaleza
Parque Natural Regional La Sierpe
Distrito de Buenaventura
Consejo Comunitario de las comunidades negras de la Plata Bahía Málaga
Informe Técnico Final
Convenio 101 de 2021

Pacífico MALAGUEÑO
auténtico y ancestral

CVC
Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca
#MÁSCercadelaGente

Equipo consultor Fase 2
Convenio 101 de 2021
Programa de Turismo de Naturaleza

Director del Proyecto
Juan Camilo Rivera Aranzazu
Administrador Ambiental Magister en Comunicación Educativa
Doctorando Internacional en Turismo

Componente Turístico
María Camila Hernández Castaño
Administradora del Turismo Sostenible
Magister en Sistemas Integrados de Gestión de Calidad

Componente Marketing y Diseño de producto
Arvey Alfonso Granada Calderón
Tecnólogo en Guianza Turística
Especialista en Marketing y Comunicación de los Destinos Turísticos

Componente de Comunicaciones
Francia Ruth González Bedoya
Comunicadora Social y Periodista
Candidata a Magister en Comunicación Educativa

Profesional SIG
Leidy Jhoana Arias Gómez
Administradora Ambiental
Especialista Tecnológica en Sistemas de Información Geográfica

Profesional de Apoyo
Santiago Valencia
Administrador Turístico y Hotelero
Tecnólogo en Guianza Turística

Dinamizador Local
Argenis García Valencia
Administrador Público

Luis Carlos Hinojosa Victoria
Dinamizador Local

Profesional de Apoyo
Juan Guillermo Gavíria
Fotógrafo Profesional
Piloto de Drone

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL VALLE DEL CAUCA – CVC

MARCO ANTONIO SUÁREZ GUTIÉRREZ
Director General

JUAN CAMILO VALLEJO LORZA
Director Técnico Ambiental

MARÍA ISABEL SALAZAR RAMÍREZ
Coordinadora Grupo de Biodiversidad

HERBERT OLAYA CUESTA
Profesional Especializado- CVC – Supervisor del Convenio

NATALÍ CHARRUPI RIASCOS
Bióloga. Contratista de apoyo CVC

Convenio de asociación CVC No 101 de 2021 "Aunar esfuerzos y recursos humanos, técnicos y económicos para formular el programa de turismo de naturaleza en el Parque Natural Regional La Sierpe en el territorio correspondiente al Consejo Comunitario de la Comunidad Negra de la Plata, Distrito especial de Buenaventura-Departamento del Valle del Cauca"

PARTICIPANTES Y SABEDORES LOCALES

Deimeri Canga	*Jhon Harold Gonzalez Mosquera*
Matilde Mosquera Murillo	*Maicol Stiven Valencia Diaz*
John Edilson Gamboa	*Leonel Diaz Sinisterra*
Zeneida Valencia Caicedo	*Ana Cristina Sinisterra*
María Tiofila Yepes Solis	*Jefferson Valencia Valencia*
John Fredy Hinestroza	*Angie Liceth Díaz Sinisterra*
Víctor Adolfo Caicedo Ibarguen	*Jhon Jairo Canga Caicedo*
Yoelis Caicedo	*Zeida Alejandra Yepes Solís*
Teófilo Gamboa Bravo	*Albeiro Palma Moreno*

Jefferson Martínez Victoria	*Grey Estefany Mosquera*
Jiler Alonso Caicedo	*María Tiofilia Yepes*
Soraida Diaz Arboleda	*Simon Gamboa*
Merling Garcia	*Jhon Harold Gonzalez*
Victor Manuel Gonzalez	*Jhon Harold Gonzalez*
Omar Sinisterra	*Eddie Rebolledo*
Mauricio Canga	*Jefferson Valencia V*
Martha Liliana Salazar	*Pola Angulo Mosquera*
Patrocinia Hinestroza	*Edinson Valencia*
Yeni Fernanda Valencia	*Diana Diaz Valencia*
Luis Carlos Hinostrosa	*Miller Valencia Diaz*
José Luis Yepes	*Santiago Valencia García*
Etelvinn VD	*Marisol Diaz Valencia*
Saul Valencia	*José Valencia*
Oralia Urquiza M	*Isamar Moreno V*
Vanessa Moreno Valencia	*Anyeline Renteria*

TABLA DE CONTENIDO

Presentación ____ 17

PARTE 1 ____ 26

1. Componente Ambiental ____ 27

1.1. Análisis del componente ambiental e identificación de impactos del ecoturismo ____ 27

1.2. Sistemas de indicadores ____ 28

1.3. Análisis estratégico ____ 39

1.3.1. Análisis de servicios en la vereda la Sierpe ____ 42

1.3.2. Análisis de servicios en la vereda Miramar ____ 49

1.4. Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas ____ 53

1.5. Calculo del índice de competitividad ____ 59

PARTE 2 ____ 65

2. ANÁLISIS DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS ____ 66

2.1. Inventario de recursos y atractivos turísticos ____ 66

2.2. Caracterización de infraestructura de apoyo al turismo ____ 67

2.3. Caracterización de planta turística ____ 68

2.4. Definición de lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos ____ 68

2.5. Definición de subproductos turísticos ____ 78

2.5.1. Ancestralidad ____ 79

2.5.2. Autenticidad ____ 79

2.5.3. Majestuosidad ____ 80

2.6. Análisis de la zonificación del plan de manejo con la planificación turística proyectada ____ 80

2.7. Percepción comunitaria y del cliente ____ 89

2.7.1. Validación del producto turístico y la marca por parte de la comunidad ____ 89

2.7.1.1.1. Definición de la marca ____ 90

2.7.1.1.2. Introducción a la marca ____ 90

2.7.1.1.3. Criterios de una buena marca ____ 91

SIMPLE ____ 91

PRÁCTICA 91
PERDURABLE 91
DESEABLE 91
DISTINTIVA 92
2.7.1.1.4. Análisis y definición de la marca 92
2.7.1.1.5. Situación 92
2.7.1.1.6. Objetivo y enfoque 93
2.7.1.1.7. Atributos de la marca 93
Atributos emocionales 96
Atributos bandera 97
2.7.1.1.8. Atributos identificados 98
2.7.1.2. Personificación de la marca 99
Segura 100
Diferente 100
Cálida 100
Tranquila 100
Emotiva 101
Sostenible 101
2.7.1.3. Percepción, concertación y creación conjunta de la marca 101
2.7.1.3.1. Resultados del ejercicio 105
2.7.1.3.2. Imagen definida de la marca 106
2.7.1.3.3. Análisis cromático 107
2.7.1.3.4. Construcción tipográfica 109
2.7.2. Percepción de la marca y producto turístico por parte del cliente 110
Grado de relación entre la imagen, el destino y el producto turístico 114
2.8. Definición del perfil del visitante 114
2.8.1. Contexto general, ocho (8) características del turista responsable de naturaleza o ecoturista. 114
2.9. Descripción y delimitación del producto turístico y sus subproductos 117
2.9.1. Elementos para el desarrollo del concepto de los productos turísticos 118
2.9.2. Identificación de Líneas de Productos, basado en el pre-diagnóstico: 120
2.9.2.1. Turismo de Naturaleza 121
2.9.2.2. Turismo Cultural 125
2.9.3. Recaudo y análisis de información de los actores del territorio por medio de talleres comunitarios. 135
2.9.3.1. Con respecto a la percepción general del destino. 136

2.9.3.1.1. Características propias del territorio y la cultura que se deben proyectar. 136
2.9.3.1.2. Cómo queremos que los visitantes y los turistas sientan el destino. 137
2.9.3.2. Con respecto a los productos turísticos identificados por los asistentes a los talleres. 138
2.9.3.2.1. Listado de productos por tipología 138
2.9.3.2.2. Definición y conceptualización de producto 140
2.10. PLAN DE MERCADEO 158
2.10.1. Análisis sectorial: 158
2.10.2. Análisis de la competencia 163
2.10.2.1. Análisis de la competencia nacional 164
2.10.2.2. Análisis de la competencia regional y local 169
2.11. ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL 171
2.11.1. Edad de los visitantes 173
2.11.2. Género 173
2.11.3. Estado Civil 174
2.11.4. Lugar de procedencia 175
2.11.5. Nivel de formación académica 176
2.11.6. Composición del grupo de viaje 177
2.11.7. Frecuencia de visita 177
2.11.8. Número de días destinados a la visita en el territorio 178
2.11.9. Motivación para ir al Parque Natural Regional La Sierpe 179
2.11.10. Medio de comunicación por el cual se enteró del área protegida 180
2.11.11. Tipo de alojamiento utilizado 181
2.11.12. Gasto destinado por persona 182
2.11.13. Relación Costo - Beneficio 183
2.11.14. Problemáticas sociales que pudieran impactar negativamente el destino 184
2.11.15. Calificación del servicio 185
2.11.16. Impacto educativo sobre el visitante 186
2.11.17. Medición del grado de satisfacción 186
2.11.18. Posibilidad de recomendar a otros la visita al PNR La Sierpe 187
2.11.19. Sugerencias recopiladas en pregunta abierta 188

2.12. Análisis del mercado potencial 189
2.12.1. Destino más ofertado del Valle del Cauca 191
2.12.1.1. Oferta del destino PNR La Sierpe 192
2.12.1.2. Interés de ofertar el destino PNR La Sierpe 193
2.12.1.3. Estrato socioeconómico del turista de naturaleza 194
2.12.1.4. Composición del grupo de viaje 195
2.12.1.5. Número de días destinados para la visita al parque 195
2.12.1.6. Alojamiento preferido por el cliente 196
2.12.1.7. Actividades más representativas y preferidas por los clientes 197
2.12.1.8. Nivel de gasto 198
2.12.1.9. Razones para no visitar el área natural 199
2.12.1.10. Medios de comunicación para promocionar y contactar a clientes potenciales 200
2.13. ANÁLISIS DEL ENTORNO 201
2.13.1. Factores Socioculturales 201
2.13.2. Factores Demográficos 201
2.13.3. Factores Económicos 204
2.13.4. Matriz DOFA 205
2.13.5. Análisis Matricial 207
2.13.6. Matriz de Mercado Interno y Externo - MIME 211
2.14. Estrategias de visibilidad, atracción, conversión del tráfico y fidelización de clientes para el destino turístico 213
2.14.1. Definición del objetivo del producto 214
2.14.1.1. Objetivos estratégicos 214
2.14.2. Estrategias de visibilidad, atracción, conversión del tráfico y fidelización de clientes para el destino turístico 215
2.15. Plan de medios 220
Parte 3 224
Planeación estratégica y componente 224
3.1. Propuesta de figura de administración del turismo para el destino 225
3.2. Definición de Ejes Competitivos, estrategias y Proyectos del programa de turismo de Naturaleza 245

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Identificación de impactos ambientales en los ecosistemas estratégicos del Parque Regional Natural la Sierpe 27
Tabla 2 Selección de indicadores 29
Tabla 3 Indicadores y calificación 30
Tabla 4 Indicadores para el PNR 37
Tabla 5 Metodología análisis estratégico 41
Tabla 6 Valoración de atributos 41
Tabla 7 Valoración alojamiento La Sierpe 42
Tabla 8 Valoración cocina/restaurante La Sierpe 44
Tabla 9 Valoración lanchas/transporte La Sierpe 45
Tabla 10 Valoración senderos La Sierpe 46
Tabla 11 Valoración kayak La Sierpe 47
Tabla 12 Valoración guías La Sierpe 48
Tabla 13 Valoración alojamiento privado Miramar 49
Tabla 14 Valoración alojamiento cabaña Miramar 50
Tabla 15 Valoración cocina / restaurante Miramar 52
Tabla 16 Análisis estratégico DOFA 53
Tabla 17 Proyectos desarrollados 56
Tabla 18 Proyección de proyectos para fortalecimiento 58
Tabla 19 Variables para la medición del índice de competitividad del destino 60
Tabla 20 Valoración de cada una de las variables 61
Tabla 21 Variables para la medición del índice de competitividad del destino 62
Tabla 22 Valoración del índice de competitividad de destinos según el porcentaje 64
Tabla 23 Identificación de recursos y atractivos potenciales y su clasificación en patrimonio natural y cultural. 70
Tabla 24 Evaluación de atractivos potenciales 73

Tabla 25 Clasificación de subproductos de acuerdo con los lugares potenciales para el desarrollo de turismo de naturaleza 76
Tabla 26 Definición de Zonificación al PNN La Sierpe según el decreto 1076 de 2015 81
Tabla 27 Recursos turísticos y su ubicación dentro del área protegida y la zona de influencia 83
Tabla 28 Ubicación de los atractivos potenciales de acuerdo con la zonificación del área 86
Tabla 29 Usos permitidos en el Parque Natural Regional la Sierpe 87
Tabla 30 Subproductos de turismo de naturaleza según el uso del suelo permitido 88
Tabla 31 Resultado de percepción 111
Tabla 32 Elementos para el desarrollo del concepto de los productos turísticos 118
Tabla 33 Análisis prediagnóstico Turismo de Naturaleza 121
Tabla 34 Tipología de turismo naturaleza 122
Tabla 35 Tipología de turismo cultural 126
Tabla 36 Línea de Turismo de naturaleza 131
Tabla 37 Línea de Turismo Cultural 133
Tabla 38 Listado de productos por tipología 139
Tabla 39 Ecoturismo-visita, interpretación y baño en pisicinas naturales 141
Tabla 40 Ecoturismo-Senderismo 143
Tabla 41 Ecoturismo-Avistamiento de aves maninocosteras 145
Tabla 42 Ecoturismo-Interpretación y contemplación del fitoplancton 147
Tabla 43 Turismo rural-Etnoturismo 149
Tabla 44 Turismo cultural-Atesanias 152
Tabla 45 Gastronomía-Preparación de dulces tradicionales 154
Tabla 46 Tradición oral-Noche de versos e historias 156
Tabla 47 Resumen de productos 158
Tabla 48 Indicador de competencia 165
Tabla 49 Indicador de competencia 169
Tabla 50 Factores internos 205

Tabla 51 Factores externos 206
Tabla 52 Matriz de Evaluación de Factor Interno - MEFI. 208
Tabla 53 Matriz de Evaluación de Factor Externo - MEFE. 209
Tabla 54 Estrategias de marketing y comercialización Online 215
Tabla 55 Actores para la conformación 238
Tabla 56 Ejes y macroproyectos 249
Tabla 57 Proyectos estratégicos por eje 251
Tabla 58 Priorización de proyectos 256
Tabla 59 Cronograma de implementación de los proyectos 257

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Percepción comunidad de la Sierpe 39
Gráfico 2 Percepción comunitaria Miramar 40
Gráfico 3 Alojamiento La Sierpe 42
Gráfico 4 Cocina/Restaurante La Sierpe 43
Gráfico 5 Lanchas/Transporte La Sierpe 45
Gráfico 6 Senderos La Sierpe 46
Gráfico 7 Kayak La Sierpe 47
Gráfico 8 Guías La Sierpe 48
Gráfico 9 Alojamiento privado Miramar 49
Gráfico 10 Alojamiento cabaña Miramar 50
Gráfico 11 Cocina / Restaurante Miramar 51
Gráfico 12 Valores Indice de Competitividad 64
Gráfico 13 Recursos identificados 67
Gráfico 14 Flujograma Ancestralidad 79
Gráfico 15 Flujograma Autenticidad 79
Gráfico 16 Flujograma Majestuosidad 80
Gráfico 17 Atributos Bandera 94
Gráfico 18 Atributos funcionales 96
Gráfico 19 Atributos emocionales 97
Gráfico 20 Atributos bandera 98
Gráfico 21 Atributos identificados 98
Gráfico 22 Percepción de colores 113
Gráfico 23 Percepción de imagen 114
Gráfico 24 Edad de los visitantes 173
Gráfico 25 Género de los visitantes 174
Gráfico 26 Estado civil de los visitantes 174
Gráfico 27 Lugar de procedencia de los visitantes 176

Gráfico 28 Nivel de formación de los visitantes 176
Gráfico 29 Número de personas por viaje 177
Gráfico 30 Frecuencia de visita 178
Gráfico 31 Permanencia 179
Gráfico 32 Motivación de visita 180
Gráfico 33 Medio de comunicación para enterarse del área protegida 181
Gráfico 34 Alojamientos utilizados en la visita 182
Gráfico 35 Gasto destinado por persona 183
Gráfico 36 Relación Costo-Beneficio 184
Gráfico 37 Problemáticas sociales 185
Gráfico 38 Calificación del servicio 185
Gráfico 39 Impacto educativo sobre el visitante 186
Gráfico 40 Medición del grado de satisfacción 187
Gráfico 41 Posibilidad de recomendación 188
Gráfico 42 Destino de oferta en el Valle del Cauca 191
Gráfico 43 Oferta actual del PNR en las agencias 192
Gráfico 44 Consideración del PNR dentro de la oferta 193
Gráfico 45 Estrato socioeconómico al que dirigiría la oferta 194
Gráfico 46 Número de viajeros de turismo de naturaleza 195
Gráfico 47 Días de viaje 196
Gráfico 48 Alojamiento preferido por los clientes 197
Gráfico 49 Actividades que se consideran más demandadas 198
Gráfico 50 Capacidad de pago 199
Gráfico 51 Razones para no tomar un paquere turístico al PNR 200
Gráfico 52 Medios de comunicación para contactarse con clientes potenciales 200
Gráfico 53 Habitantes del consejo comunitario 202
Gráfico 54 Comíté de turismo de base comunitario PNR La Sierpe 240
Gráfico 55 Componente programático 251
Gráfico 56 Priorización de macroproyectos 256

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Sendero del pensamiento, cerca a la comunidad de la Sierpe 69
Ilustración 2 Identificación de sitios potenciales para el turismo por parte de la comunidad 69
Ilustración 3 Cascada escondida..... 72
Ilustración 4 Actividad de Kayak en la herradura, cerca de la comunidad de la Sierpe 76
Ilustración 5 Taller con la comunidad 78
Ilustración 6 Mapa base del producto turístico del Parque Natural Regional la Sierpe 88
Ilustración 7 Personalidad de la marca 100
Ilustración 8 Propuesta de nombre y slogan 101
Ilustración 9 Talleres Comunitarios de Co-creación y validación de marca y paquetes turísticos..... 102
Ilustración 10 Taller #2 y #3 103
Ilustración 11 Elementos graficados por la comunidad de La Plata 103
Ilustración 12 Elementos graficados por la comunidad de La Sierpe 104
Ilustración 13 Elementos graficados por la comunidad de Magaña 104
Ilustración 14 Elementos graficados por la comunidad de Magaña 105
Ilustración 15 Resultado representación gráfica..... 107
Ilustración 16 Códigos según formato 108
Ilustración 17 Personalidad de los colores 108
Ilustración 18 Fuentes utilizadas 109
Ilustración 19 Fondos de la marca 110
Ilustración 20 Percepción de diseño de marca..... 113
Ilustración 21 Aspectos emocionales 136
Ilustración 22 Aspectos relevantes de las visitas 137
Ilustración 23 Mapa 165

Ilustración 24 Mapa Buenaventura, Valle del Cauca 169
Ilustración 25 Herramientas para el contacto con las personas encuestadas 172
Ilustración 26 Resumen del formulario de Google. 172
Ilustración 27 Sugerencias recopiladas 189
Ilustración 28 Parcticipación en Rueda de Negocios 190
Ilustración 29 Resumen del formulario de Google 190
Ilustración 30 Video de promoción de destino en cuestionario 193
Ilustración 31 Matriz MIME del Parque Natural Regional La Sierpe. 212
Ilustración 32 Estrategias de visibilidad 214
Ilustración 33 Mesas de trabajo para la identificación de proyectos 246
Ilustración 34 Portada Plan de Bienestar Étnico Territorial 2019-2028 255

TABLA DE ANEXOS

Ficha de caracterización de actores	***Anexo 1***
Bateria de indicadores	***Anexo 2***
Formato único inventarios turísticos	***Anexo 4***
Ficha infraestructura y planta turística	***Anexo 5-6***
Información SIG	***Anexo 7***
Paquetes turísticos NTS AV 004	***Anexo 8***
Diseño gráfico del producto turístico	***Anexo 9***
Archivos digital marca	***Anexo 10***
Plegable promocional	***Anexo 14***
Piezas digitales por ruta	***Anexo 15***
Videos promocionales	***Anexo 16***
Guiones de interpretación	***Anexo 17***
Cartilla del producto	***Anexo 18***
Evidencias acciones de divulgación	***Anexo 19***
Matriz de programación	***Anexo 20***
Evidencias de socialización	***Anexo 21***
Listado de asistencia	***Anexo 22***

Presentación

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo -MinCIT (2017) ha identificado que las vocaciones turísticas de Colombia se concentran en cuatro tipologías prioritarias a nivel nacional que cuentan con potenciales altamente diferenciadores de los países competidores, una de estas tipologías es el Turismo de Naturaleza, indicando que dado el alto potencial de Colombia en este segmento y al ser uno de los 17 países megadiversos del planeta, se viene consolidando una oferta especializada en torno al ecoturismo en áreas protegidas, turismo de aventura, agroturismo, turismo rural, acuaturismo y científico.

Según el Plan sectorial de turismo 2018-2022 “Turismo: El propósito que nos une”, en esta materia, el país cuenta con oportunidades para el desarrollo del turismo en dos ruedas, ecuestre, náutico, actividades de buceo, pesca deportiva, senderismo y la observación de flora y fauna, en particular el avistamiento de aves, al ser el segundo país más biodiverso del mundo en estas especies. Este hecho, asociado al alto gasto que generan estas actividades, constituyen una gran posibilidad para desarrollar procesos sostenibles que ofrezcan un alto impacto económico para las regiones.

El mismo documento indica que, el fortalecimiento de la oferta turística desarrollará los productos del Arcoíris Turístico de la propuesta programática del Plan de Gobierno, así: (1) verde: naturaleza, ecoturismo, agroturismo, aventura y científico; (2) amarillo: sol, playa y cruceros; (3) naranja: cultura, gastronomía,

patrimonio, música y religión; (4) azul: salud y bienestar; (5) morado: inversión, negocios y emprendimiento; (6) rojo: turismo de reuniones, convenciones, eventos corporativos y sociales (lunas de miel, matrimonios, etc.); y, (7) gris: turismo incluyente (personas mayores, jóvenes, comunidades, equidad de género, accesibilidad y turismo social).

Bahía Málaga hace parte del choco biogeográfico, considerado una de las regiones con mayor biodiversidad de Colombia y el mundo, la diversidad biológica y ecosistémica existente en este territorio, unido a la enorme diversidad cultural, lo convierten en un gran potencial para el desarrollo de actividades económicas y socioculturales tan importante como el turismo alternativo o sustentable. La autoridad ambiental con competencia en el Parque Natural Regional La Sierpe, es la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – CVC, quien, en cabeza del Consejo Directivo, mediante Acuerdo 055 de octubre 8 de 2008, declaró el área protegida.

La necesidad de mirar la actividad turística como una opción de desarrollo, surge ante el aumento de prácticas productivas que vienen generando un impacto ecológico sobre la oferta natural existente en sus ecosistemas, es por lo anterior que desde el Consejo Comunitario surge la necesidad de avanzar en la estructuración y puesta en marcha de alternativas productivas basadas en el uso sostenible de los recursos naturales del territorio.

Desde esa perspectiva el Consejo comunitario de la Comunidad Negra de La Plata Bahía Málaga inicia un proceso con diferentes instituciones para explorar y valorar la actividad ecoturística como una alternativa de crecimiento económico

que conlleven a una mejor calidad de vida de sus habitantes, fue así como en el año 2017 mediante convenio 216 de 2017 la CVC inicia el proceso de planificación turística con la ejecución de la fase de aprestamiento y prediagnostico del programa de turismo de naturaleza, posteriormente mediante convenio 092 de 2019 la CVC avanza en el mejoramiento y señalización de algunos senderos, construcción de 2 torres de avistamiento, cuatro descansaderos, un mirador, diseño de dos paquetes turísticos y el fortalecimiento de la comunidad en temas de turismo.

Lo anterior en su momento se desarrolló, en atención a los lineamientos instalados por el Viceministerio de Turismo de Colombia, sobre la necesidad de realizar procesos de planificación de la actividad turística en los municipios, como soporte fundamental para acceder a recursos económicos y eje principal de alineación al anterior Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 “Turismo para la construcción de la paz”, y la política Nacional de Turismo de Naturaleza para Colombia (2012), el Programa Nacional de Negocios verdes, el Programa Nacional de Biocomercio Sostenible 2014-2024. En dicho convenio, los elementos fueron desarrollados en términos de turismo sostenible a partir del concepto “sistema socio ecológico” (SSE), el cual parte de entender el sistema social y el sistema ecológico como un solo sistema, viendo a la dimensión humana como parte de la naturaleza y reconociendo que la delimitación entre ambos sistemas (componente social y componente ecológico) es algo arbitrario (Instituto Alexander Von Humboltd, 2014). Se entiende como diagnóstico al proceso mediante el cual se especifican las características del contexto, los actores sociales y sus características, cuyo

resultado facilita la toma de decisiones para intervenir (Guzmán, 2003) así pues los diagnósticos son una interpretación dinámica y rápida, en un momento dado, de una situación dada (Monval, 1995).

El documento técnico de prediagnóstico consta de 6 capítulos, de la siguiente manera: Capítulo 1. Componente ambiental, en el cual se incluye la descripción biológica y ecológica del territorio; capítulo 2. Componente cultural en el cual se incluye la caracterizaciónde las manifestaciones y patrimonio cultural material e inmaterial del área de estudio. Capítulo 3. Componente sociocultural en el cual se realiza un prediagnóstico de los elementos socioeconómicos más relevantes del territorio y una identificación de los actores sociales presentes. Capítulo 4. Componenteturístico en el cual se realiza una identificación de bienes naturales y culturales conpotencial turístico, así como la identificación de atractivos turísticos y un análisis delcumplimiento de las NTS aplicables en el territorio. Capítulo 5. Percepción comunitaria frente al turismo en el cual se realiza una reflexión con la comunidad sobre el papel del turismo en el territorio y finalmente el capítulo 6. Plan de medios y estrategia de comunicación, en el cual se realiza una aproximación al componentecomunicativo para las comunidades de Miramar y la Sierpe.

Para el año 2021, se retoma el proceso de planificación del territorio dado que el ecoturismo en Bahía Málaga se encuentra en una fase de crecimiento con miras al desarrollo comercial, aunque se cuenta ya con un marco de planificación y normativo del ecoturismo como alternativa productiva sostenible para Bahía Málaga, aún la economía local depende en alguna medida de las prácticas

extractivas de los recursos naturales del territorio y aunque se han establecido medidas de conservación, si no se mantiene un control y manejo adecuado de los recursos, se podría afectar la calidad de vida de la comunidad local, amenazando la conservación de la biodiversidad ecosistémica y específica de la región.

La Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – CVC, reconoce que el turismo de naturaleza representa una herramienta potencial de conservación de los recursos naturales, así como una alternativa de usos sostenible de los bienes y servicios ambientales que el territorio puede brindar a las comunidades y de esa forma aportar a la calidad de vida y al desarrollo sostenible del Valle del Cauca, por eso dando cumplimiento al deber que tienen las autoridades ambientales de garantizar el uso sostenible, conservación y manejo de los ecosistemas y las áreas protegidas bajo su administración, el Programa de Turismo de Naturaleza que se incluye en este documento, se une a las iniciativas de aportar a la recuperación, preservación y conservación de los ecosistemas en su jurisdicción, implementando acciones de investigación que faciliten la toma de decisiones en materia ambiental, aprobando para ello el Programa 3: Gestión Integral de la Biodiversidad y sus servicios ecosistémicos Proyecto 3001: Caracterización de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos, y formulación de alternativas para su conservación, Resultado 2: Acciones para el manejo de áreas protegidas y ecosistemas estratégicos formuladas.. Actividad 140. Formulación de Programas de Turismo en áreas protegidas y estrategias complementarias.

En ese sentido, se presenta el Programa de Turismo de Naturaliza en el

Parque Natural Regional La sierpe, en el territorio correspondiente al Consejo Comunitario de la Comunidad Negra de la Plata, Distrito Especial de Buenaventura, departamento del Valle del Cauca realizado mediante el convenio 101 de 2021 con el Consejo Comunitario de la Comunidad Negra de la Plata.

El documento consta de tres partes, en el cual se retoman los resultados del prediaganóstico (Convenio 216 de 2017) y se incluye la fase de formulación del programa de turismo de naturaleza (convenio 101 de 2021). En la primera parte “diagnóstico”, se incluye un análisis sobre diferentes sectores relacionados directamente con el potencial del turismo con énfasis en naturaleza que posee la zona, con el objetivo identificar potencialidades y debilidades, además se realiza un diagnóstico del territorio desde los componentes ambientales, socioculturales, y económicos del territorio y de las comunidades presentes en el área de influencia, además se identifica el análisis del componente turístico y ambiental, se identifican los impactos del ecoturismo y se plantea una batería de indicadores para realizar seguimiento a los impactos generados.

En la segunda parte, que corresponde a la fase de “Diseño de producto turístico”, se incluye un análisis de atractivos y recursos turísticos con los que cuenta el área protegida y su zona de influencia directa, se realiza la caracterización de la planta turística y de la infraestructura de apoyo, se realiza el desarrollo del producto turístico denominado Pacífico Malagueño: auténtico y ancestral, el cual incluye tres rutas: Autenticidad, majestuosidad y ancestralidad, se realiza un análisis de la zonificación del plan de manejo para la planificación turística proyectada, se construye la marca del producto turístico, la identificación

del perfil del visitante y se propone un plan de mercadeo para dicho producto turístico con sus respectivas estrategias de marketing turístico. Además en esta segunda parte, se construye un plan de medios (2017) y se realiza un plan de divulgación en medios internos y externos (2021) en el cual se producen 4 videos promocionales del destino, 1 de la experiencia turística y 1 video por cada una de las rutas propuestas, se diseñan piezas digitales para la promoción en redes sociales, se realiza un diseño gráfico del producto para su promoción, se elaboran 3 guiones interpretativos, se diseña un plegable promocional del producto turístico y una cartilla digital del producto turístico con la información general del programa de turismo de naturaleza.

Finalmente, en la tercera parte, que corresponde a la fase de planificación estratégica se consolidaron los elementos de la planeación estratégica para el turismo de naturaleza a partir de la definición participativa de la misión, visión, líneas estratégicas y objetivos estratégicos, se realizó la definición de ejes competitivos, estrategias y proyectos del programa de turismo de naturaleza, el cual se encuentra alineado con varios instrumentos de planificación de orden local y nacional como lo son la estrategia del Plan de negocios de turismo de naturaleza de Colombia (PTP, 2013), desde los ejes estratégicos de: Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial, Marco normativo, Capital humano, Infraestructura y sostenibilidad e Inteligencia competitiva, también con el Plan de Bienestar Étnico territorial del Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de la plata-Bahía Málaga 2018-2028 en el que se encuentran 10 horcones para la planificación del territorio, y con el Plan de Manejo del Parque Natural

Regional la Sierpe adoptado en el año 2015.

El programa propuesto, tiene una estructura por macro proyectos o proyectos estratégicos, es decir que los proyectos descritos en el presente documento y en las fichas de proyectos, corresponden cada uno a varios subproyectos y/o actividades estratégicas necesarias para la mejora de la prestación de servicios turísticos de base comunitaria en el área protegida, el desarrollo de infraestructura, la capacitación, la sensibilización y educación ambiental entre otras, orientadas a la planificación y gestión del turismo en el territorio. En este sentido, se formularon 36 macroproyectos que hacen parte del componente programático del programa de Turismo de Naturaleza, los cuales se clasificaron de acuerdo con los 5 ejes competitivos del Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza de Colombia. Es importante mencionar que cada uno de estos proyectos en la ficha descriptiva tiene justificación, objetivos generales y específicos, actividades, costos estimados, indicadores, metas, tiempo de ejecución (corto, mediano y largo plazo), responsables de la ejecución, aliados y/o fuentes de financiación y la prioridad (alta, media, baja). Además, están alineados con otras estrategias de planificación de carácter local y nacional por lo cual en la matriz de programación anexa se incluye la relación de cada proyecto con las líneas estratégicas del plan de negocios de turismo de naturaleza de Colombia y se realizó la priorización de estos con el propósito de facilitar la implementación del programa y tener una ruta de proyección.

Así mismo, se construye una propuesta de coadministración del turismo para el destino a partir del fortalecimiento de la Instancia de Comanejo existente,

mediante la propuesta de creación de una mesa técnica para la operación y planificación del turismo en el Parque Natural Regional la Sierpe.

Esperamos que este instrumento de planificación, sea una herramienta de gestión del territorio para los entes territoriales, pero especialmente para las comunidades que lo habitan, orientada no solamente al desarrollo del turismo sostenible y con criterios de calidad el Parque Natural Regional la Sierpe y su área de influencia, sino que contribuya a la apropiación del territorio, de su patrimonio natural y cultural, de los Valores Objeto de Conservación y a garantizar la pervivencia de la comunidad Malagueña en su territorio.

PARTE 1
Diagnóstico

En el presente documento se retoman los resultados del prediaganóstico (Convenio 216 de 2017) que, a través de la etnografía, por medio de la utilización de técnicas de investigación y trabajo en grupo tales como: observación participante y no participante, entrevistas, revisión bibliográfica, entre otros, sirvieron como base para acciones que ya estaban encaminadas al reconocimiento del territorio y oferta turística, así mismo se realizó actualización de algunos ítems necesarios de acuerdo a los cambios de la oferta turística en el contexto mundial, nacional y local.

1. Componente Ambiental

1.1. Análisis del componente ambiental e identificación de impactos del ecoturismo

Para la identificación de impactos del ecoturismo, se utilizó la metodología de la matriz Conexa Fernández, se identificaron algunos impactos que puede generar la actividad de ecoturismo en las ecosistémicas: Marino, Bosque húmedo tropical, manglar, natal, ecosistema hídrico, fondos rocosos, naidizal y guandal (no obstante, en estos dos últimos no se identificaron impactos, pues no se proyectaron actividades turísticas), las cuales se describen a continuación:

Tabla 1 Identificación de impactos ambientales en los ecosistemas estratégicos del Parque Regional Natural la Sierpe

Ecosistema	***Aspecto identificado asociado a la actividad ecoturística***	***Impacto ambiental***
Marino	Basuras	Pérdida de especies marinas
	pesca con dinamita	Contaminación del recurso hídrico
	pesca de peces pequeños con redes	Pérdida de especies marinas
Bosque Húmedo tropical	Basuras	Contaminación del suelo Pérdida de especies de flora y fauna Erosión del suelo
Manglar	Basuras	Contaminación del recurso hídrico Pérdida de especies marinas
Natal	Basura	Pérdida de especies marinas
	Pesca con Dinamita	Pérdida de especies marinas

	Destrucción por redes que cogen especies pequeñas.	Pérdida de especies marinas
	Ruidos.	Pérdida de especies de flora y fauna
Hídrico (ríos y quebradas)	Basuras	Contaminación del recurso hídrico
	Corte de madera	Pérdida de especies de flora y fauna
Fondos rocosos	basuras	Contaminación del recurso hídrico
	Contaminación de la motosierra	Contaminación del recurso hídrico
	Contaminación de motores	Contaminación del recurso hídrico
	Descomposición de animales	Contaminación del recurso hídrico
Naidizal	No se identificaron impactos	
Guandal	No se identificaron impactos	

Fuente: Modificado de (Rivera, et al, 2017)

1.2. Sistemas de indicadores

Para la fase de construcción del programa de turismo de naturaleza para el Parque Regional la Sierpe, a partir de la "Guía Metodológica para el monitoreo de impactos del ecoturismo y determinar capacidad de carga aceptable de la Unidad de Parques Nacionales Naturales de Colombia", se realizó una selección de indicadores de monitoreo con el propósito de realizar seguimiento a las actividades ecoturísticas en el área, para lo cual se realizó una evaluación de 55 indicadores de presión, estado y respuesta incluidos en la metodología, y se formuló 1 indicador relacionado con la actividad de pesca responsable que se proyecta desarrollar en el área protegida.

Un indicador se define como una característica medible de un valor natural, una presión, aspecto cultural, social, un evento o proceso, que ofrece una medida de su condición general, y que permite en el tiempo observar y evaluar un fenómeno en diferentes tiempos y espacios (Modificado de: Drumm et al., 2004). A cada indicador le corresponde un límite o umbral, cuyo valor determina la aceptabilidad del cambio medido. Estos indicadores alertan a los administradores de las áreas protegidas sobre el deterioro de los valores naturales, el nivel de satisfacción del visitante o de la comunidad local, antes de que se llegue a un nivel inaceptable. La información que arrojan los indicadores permite evaluar las medidas de manejo e inducir cambios y mejoras cuando estos indicadores se salen de los límites establecidos. (Parques Nacionales, 2004)

Estos indicadores fueron evaluados a partir de los criterios identificados en la guía metodológica para la selección de la batería de indicadores que se describe a continuación: pertinencia, ser significativo e importante, confiable y replicable, viable, claro y específico y sensible, los cuales se evaluaron de forma numérica, de 1 a 3, siendo 3 alto, 2 medio y 1 bajo. Además de evaluar si los indicadores aportan al monitoreo de los impactos descritos anteriormente; en este sentido, en la siguiente tabla se describen los rangos para la selección de indicadores.

Tabla 2 Selección de indicadores

Importancia del indicador	***Valoración***	***Selección para la batería de indicadores del PNR la Sierpe***
Alto	Mayor a 12	Si
Medio	7-12	No
Bajo	1-6	No

A continuación, se describen cada uno de los indicadores evaluados y su calificación a partir de los criterios descritos:

Tabla 3 Indicadores y calificación

Tipo	***INDICADOR***	***Pertinencia***	***Ser significativo e importante***	***Confiable y replicable***	***Viable***	***Claro y específico***	***Sensible***	***Valoración***
Estado	Calidad del agua de acuerdo con el uso	1	1	3	1	1	2	9
	Variación en el caudal de curso de agua con captación para servicios ecoturísticos	1	1	2	1	1	2	8
	Abundancia: Número de individuos de una especie en el área de influencia de un sendero	3	3	1	3	3	1	14
	Número de eventos de arribamiento	2	2	1	1	1	2	9
	Número de eventos de anidación de tortugas en playas de uso público	1	1	3	1	1	3	10
	Variación en la abundancia de coliformes fecales	2	2	1	1	2	3	11
	Variación en la abundancia de coliformes normales	2	2	1	1	2	3	11
	Número de especies	3	3	3	3	3	3	18

	observadas en el sendero							
	Número de especies monitoreadas en sitios de pesca responsable	3	3	3	3	3	3	18
	Presencia de procesos ecológicos en sitios de visita	3	2	2	1	1	2	11
	Tasa de erosón laminar natural	1	2	1	1	1	2	8
	Fragilidad de organismos bentónicos	2	2	1	1	1	2	9
	Presencia o ausencia de una especie de acuerdo al área de ocupación	3	3	1	1	3	1	12
Presión	Número de evidencias de residuos sólidos en sitios críticos	3	3	3	3	3	3	18
	Porcentaje de variación en la composición de los residuos sólidos	2	3	2	1	1	2	11
	Número de visitantes por sendero o sitio con CCT	3	3	1	1	2	2	12
	Porcentaje de contactos con el sustrato ocasionados por actividades de	1	2	2	2	3	1	11

	buceo y careteo							
	Número de infracciones a la reglamentación o consensos de manejo	3	3	2	1	1	2	12
	Número de huéspedes en el centro de visitantes	3	3	3	3	3	3	18
	Kilogramos de residuos orgánicos que son enterrados mensualmente	1	3	2	1	2	2	11
	Porcentaje del sendero que requiere mantenimiento en metros lineales	3	3	2	2	3	3	16
	Porcentaje de ocurrencia de contactos con el sustrato ocasionados por actividades de buceo y careteo	1	1	2	1	3	2	10
	Variación en la extensión de puntos críticos con erosión en los senderos	2	2	1	1	3	3	12
	Variación en la extensión de puntos críticos de anegamiento	1	1	2	1	3	1	9

	Número de fogatas en áreas no permitidas	1	2	3	2	3	1	12
	Número de camping en áreas no permitidas	1	1	3	2	3	1	11
	Número de visitantes en el parque, diario, mensual y anual	3	3	2	1	2	1	12
	Número de visitantes por sitio, día	3	3	2	2	3	3	16
	Cambio en el peso de residuos sólidos en los sitios de visita	2	2	1	2	2	2	11
	Cantidad de residuos sólidos producidos por persona en peso	2	2	2	1	3	2	12
	Número de incidentes de caza o pesca relacionados con ecoturismo	2	2	3	2	2	1	12
	Número de visitantes que ingresan con mascotas	2	2	3	3	3	2	15
	Número de personas alojadas en el área de camping	1	1	3	3	3	1	12
	Porcentaje de la capacidad del pozo	3	2	2	1	2	2	12

	séptico empleado							
	Volumen de agua mensual empleado en la infraestructura de servicios ecoturísticos	1	2	3	1	2	2	11
	Personas por sitio de buceo	1	1	3	1	3	1	10
	Número de lanchas que ingresan al parque	3	3	3	2	3	3	17
Respuesta	Variación en el nivel de satisfacción del visitante	3	3	3	3	3	2	17
	Variación en la proporción de situaciones que generaron incomodidad al visitante	1	1	2	1	1	2	8
	Variación en el nivel de satisfacción en la comunidad local sobre el ecoturismo	3	3	2	3	2	3	16
	Número de empleos directos generados por el ecoturismo en el AP.	3	3	3	2	2	2	15
	Porcentaje de participación del recaudo por ecoturismo frente al	1	2	2	1	1	2	9

	presupuesto asignado al AP.							
	Análisis costo efectivo del ecoturismo en el área protegida	2	2	1	1	1	2	9
	Variación en el nivel de evaluación de servicios ecoturísticos de alojamiento, restaurante y transporte	3	2	1	1	1	2	10
	Cantidad de encuentros con otros grupos o personas durante el recorrido en un mismo punto	2	1	2	3	2	1	11
	Variación en el número de quejas relacionados con el ecoturismo	3	3	3	3	3	2	17
	Número de accidentes generados por la actividad ecoturística mensualmente	3	3	2	3	3	3	17
	Variación en el nivel de evaluación de la calidad de los sitios de visita	2	2	3	2	1	1	11

	Variación en el nivel de evaluación de los servicios de guianza e interpretación	2	2	3	2	1	1	11
	Variación en el nivel de evaluación de la seguridad de la operación ecoturística	2	2	3	2	1	1	11
	Proporción de visitantes que consideran que visitar el parque es una experiencia costosa	1	1	3	1	2	1	9
	Variación en el porcentaje de visitantes satisfechos con la visita	3	2	2	1	3	1	12
	Proporción de personal local vs personal foráneo que trabaja como prestador y/o operador de servicios ecoturísticos	3	3	2	2	3	2	15
	Variación de la cantidad de recursos que el ecoturismo aporta a la administración del área protegida	3	2	2	1	2	2	12
	Porcentaje de recursos disponibles	3	2	3	1	2	1	12

	para el manejo del ecoturismo del área protegida							
	Realización de prácticas culturales, tradicionales dentro del área protegida.	2	2	2	1	2	2	11

Vale la pena anotar que se entiende por un indicador de estado aquel que permite conocer los efectos directos e indirectos de la actividad ecoturística sobre los valores naturales del área protegida; un indicador de presión está relacionado con las presiones que el ecoturismo genera sobre el medio ambiente y sus valores naturales, cambiando calidad y cantidad; y un indicador de respuesta está relacionado con los efectos en el corto, mediano y largo plazo de las acciones de manejo asumidas por la administración del área protegida, así mismo evalúan el nivel de satisfacción del visitante y la comunidad local.

De acuerdo con la valoración se seleccionaron 15 indicadores para el Parque Regional Natural la sierpe los cuales se identifican a continuación:

Tabla 4 Indicadores para el PNR

Tipo	Indicador	Impacto ambiental directo relacionado (si aplica)
Estado	Abundancia: Número de individuos de una especie en el área de influencia de un sendero	Pérdida de especies de flora y fauna
	Número de especies observadas en el sendero	Pérdida de especies de flora y fauna

	Número de especies monitoreadas en sitios de pesca responsable	Contaminación del recurso hídrico Pérdida de especies marinas
Presión	Número de evidencias de residuos sólidos en sitios críticos	Contaminación del recurso hídrico Contaminación del suelo
	Número de huéspedes en el centro de visitantes	
	Porcentaje del sendero que requiere mantenimiento en metros lineales	Erosión del suelo
	Número de visitantes por sitio, día	
	Número de visitantes que ingresan con mascotas	
	Número de lanchas que ingresan al parque	
Respuesta	Variación en el nivel de satisfacción del visitante	
	Variación en el nivel de satisfacción en la comunidad local sobre el ecoturismo	
	Número de empleos directos generados por el ecoturismo en el AP.	
	Variación en el número de quejas relacionados con el ecoturismo	
	Número de accidentes generados por la actividad ecoturística mensualmente	
	Proporción de personal local vs personal foráneo que trabaja como prestador y/o operador de servicios ecoturísticos	

Finalmente, se diseñó una hoja metodológica para cada uno de los 15 indicadores de estado, presión y respuesta que conformarán la batería de indicadores del área protegida. Dicha hoja metodológica contiene la siguiente información: Nombre del indicador, Descripción del indicador, Metodología, Periodicidad en la toma de información, Unidad de medida, Fórmula del indicador, forma de presentación de los resultados, Umbral y responsable del seguimiento,

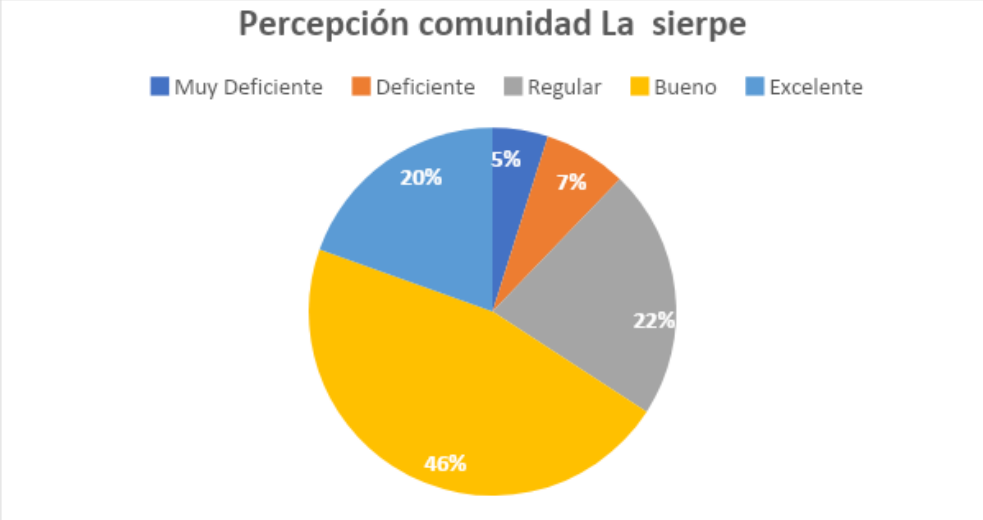
consignados en el anexo 2 batería de indicadores para el Parque Regional Natural la Sierpe.

Para visualizar la batería de indicadores ver **Anexo 2.**

1.3. Análisis estratégico

Con la participación de la comunidad en el taller realizado el 16 de octubre, se realizó un ejercicio de percepción comunitaria sobre la infraestructura actual para la prestación del servicio con el fin de identificar falencias y posibles acciones de mejora para el turismo, a lo cual se realizó un análisis gráfico de dichos resultados.

Gráfico 1 Percepción comunidad de la Sierpe

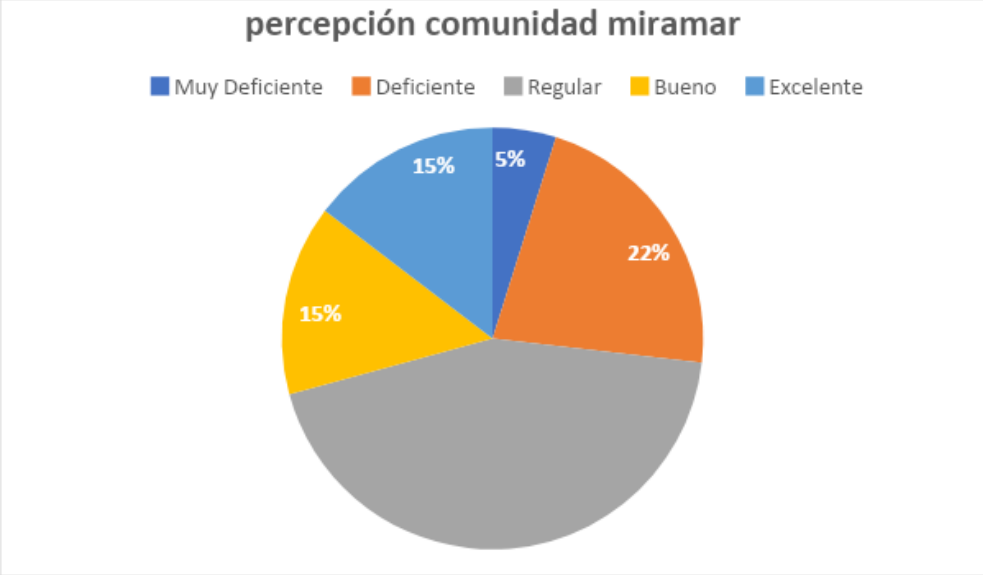


Fuente: los autores

En primera instancia, se reúnen las comunidades y realizan una evaluación general del estado de todos los establecimientos para la prestación de servicios turísticos, en donde la percepción de la comunidad de La Sierpe, es que el estado del 46% de las instalaciones, equipamientos y establecimientos se encuentra en

buen estado, el 22% se encuentran en un estado regular, el 20% se encuentran en excelente estado, el 7% se encuentra en estado deficiente y solo el 5% de las instalaciones, equipamientos y establecimientos para la prestación de servicios turísticos se encuentran en un estado muy deficiente.

Gráfico 2 Percepción comunitaria Miramar



Fuente: los autores

De igual forma, la comunidad de Miramar, perciben en primera instancia que el 44% de sus instalaciones, equipamiento y establecimientos se encuentran en un estado regular, el 22% se encuentra en estado deficiente, el 15% se encuentra en excelente estado, el 14% se encuentra en buen estado y solo el 5% de las instalaciones, equipamientos y establecimientos para la prestación de servicios turísticos se encuentran en un estado muy deficiente.

Una vez finalizado el ejercicio general, se realiza un ejercicio individual en los establecimientos de alojamiento y restaurante, las actividades de kayak y

sendero, finalizando con lanchas y guías de sendero; en donde se evalúan los mismos criterios determinados en el ejercicio de percepción comunitaria con las personas que ejecutan sus labores para la prestación de servicios turísticos en los espacios anteriormente mencionados.

Este ejercicio cuenta con tres momentos:

Tabla 5 Metodología análisis estratégico

MOMENTO	IDENTIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Percepción inicial	Se realiza una valoración del proceso que acompaña la persona de la comunidad según su percepción (¿cómo cree usted que se encuentran estos criterios en una escala de valoración?)
2	Percepción real	Se realiza una valoración del proceso que acompaña la persona de la comunidad en campo: se visita y analiza el establecimiento, la actividad o el equipamiento, determinando una percepción real del estado de los espacios anteriormente relacionados
3	Percepción externa	El equipo consultor realiza una valoración del estado y condiciones de los criterios mencionados en el diagnóstico.

Fuente: los autores

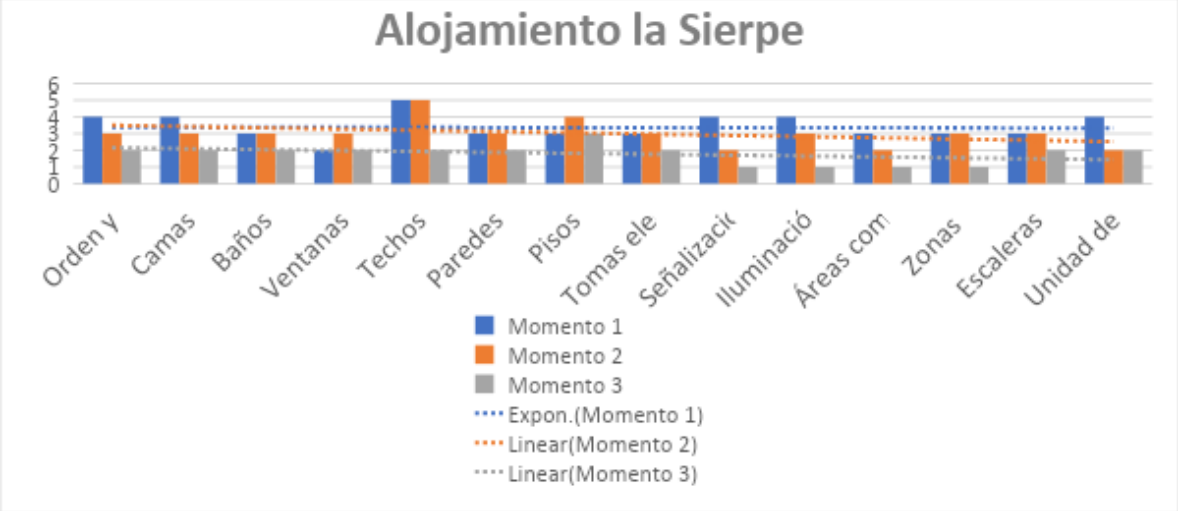
Tabla 6 Valoración de atributos

1	Muy Deficiente
2	Deficiente
3	Regular
4	Bueno
5	Excelente

Fuente: los autores

1.3.1. Análisis de servicios en la sierpe

Gráfico 3 Alojamiento La Sierpe



Fuente: los autores

Realizando el análisis de la actividad, se logra evidenciar en el momento 1 una buena percepción del estado de la instalación por las personas que intervienen en la prestación del servicio de alojamiento, al realizar la evaluación en el momento 2, se logra evidenciar una disminución en la percepción de la calidad del establecimiento turístico. Finalmente, desde la percepción del equipo técnico experto en turismo, se evidencia que existen falencias que no son identificadas por la comunidad y necesitan ser gestionadas estratégicamente de manera urgente para realizar la prestación del servicio de alojamiento en la comunidad de La Sierpe.

Tabla 7 Valoración alojamiento La Sierpe

Criterio	Momento 1	Momento 2	Momento 3
Orden y Aseo	4	3	2
Camas	4	3	2
Baños	3	3	2

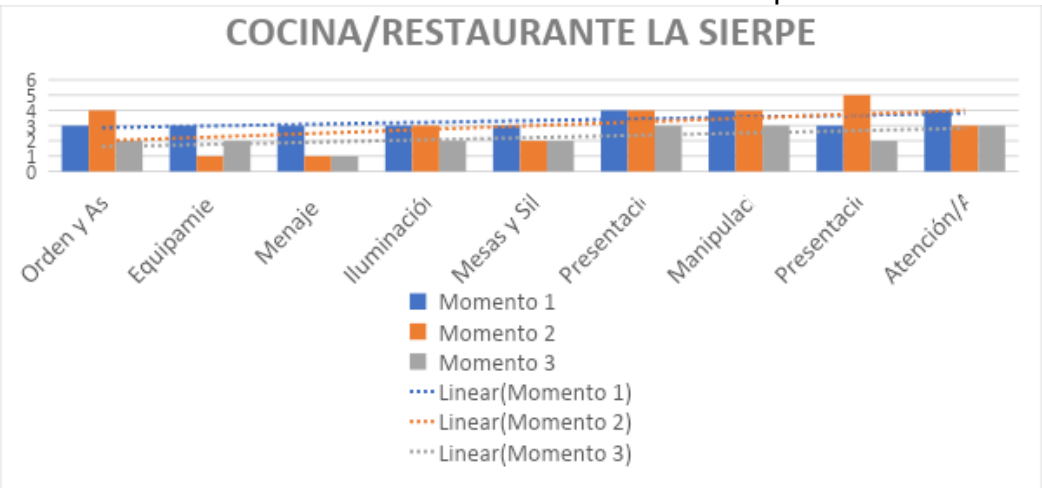
Ventanas	2	3	2
Techos	5	5	2
Paredes	3	3	2
Pisos	3	4	3
Tomas Eléctricas y Bombillos	3	3	2
Señalización y extintores	4	2	1
Iluminación de emergencia	4	3	1
Áreas comunes	3	2	1
Zonas verdes	3	3	1
Escaleras	3	3	2
Unidad de alojamiento en general	4	2	2

Fuente: los autores

Al cierre del ejercicio se aprecia en la unidad de alojamiento evaluada, la necesidad de mejora en infraestructura (Pisos, paredes, ventanas, adecuación eléctrica, puertas, techos, escaleras entre otros) de igual forma, en las habitaciones se requiere la intervención en las unidades sanitarias, dotación de lencería, cobertores, almohadas, mosquiteros entre otros.

Además de la intervención estructural, se requiere adecuación de protocolos de servicio, aseo de habitaciones, recepción de objetos, planes de contingencia, manejo de extintores entre otros procesos necesarios para la prestación del servicio.

Gráfico 4 Cocina/Restaurante La Sierpe



Fuente: Los autores

Se logra evidenciar para el restaurante La Sierpe desde la percepción del equipo técnico experto en turismo, que existen falencias las cuales no son percibidas por la comunidad y necesitan ser gestionadas estratégicamente de manera urgente para realizar la prestación del servicio de alimentación en la comunidad de La Sierpe.

Tabla 8 Valoración cocina/restaurante La Sierpe

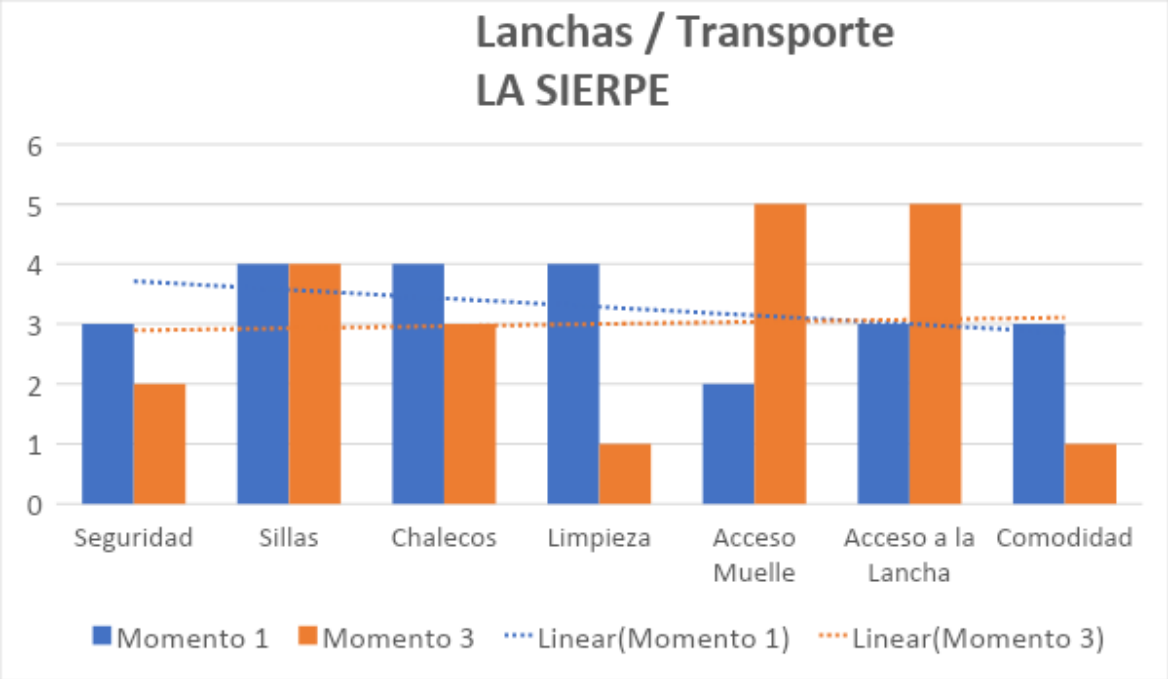
Criterio	Momento 1	Momento 2	Momento 3
Orden y Aseo	3	4	2
Equipamiento	3	1	2
Menaje (utensilios)	3	1	1
Iluminación	3	3	2
Mesas y Sillas	3	2	2
Presentación personal	4	4	3
Manipulación de alimentos	4	4	3
Presentación del plato	3	5	2
Atención / Amabilidad	4	3	3

Fuente: los autores

Al cierre del ejercicio se aprecia en la unidad de restaurante y cocina en la comunidad de La Sierpe, la necesidad de dotación de equipos de refrigeración y otros necesarios para la elaboración de alimentos, menaje, vajilla, y demás elementos para la prestación del servicio. Se identifica la necesidad de intervención en la infraestructura, la adecuación de la zona de almacenamiento, iluminación, pisos, paredes entre otros.

Además de la intervención estructural, se requiere adecuación de protocolos de servicio, aseo, manipulación de alimentos, planes de contingencia, manejo de extintores entre otros procesos necesarios para la prestación del servicio.

Gráfico 5 Lanchas/Transporte La Sierpe



Fuente: los autores

En este ejercicio se realizó la valoración en el momento 1 y momento 3, ya que el momento 2 se realiza al mismo tiempo con los operadores del medio de transporte por cuestiones de actividades de la comunidad.

Tabla 9 Valoración lanchas/transporte La Sierpe

Criterio	Momento 1	Momento 3
Seguridad	3	2
Sillas	4	4
Chalecos	4	3
Limpieza	4	1
Acceso a la lancha	3	5
Comodidad	3	1

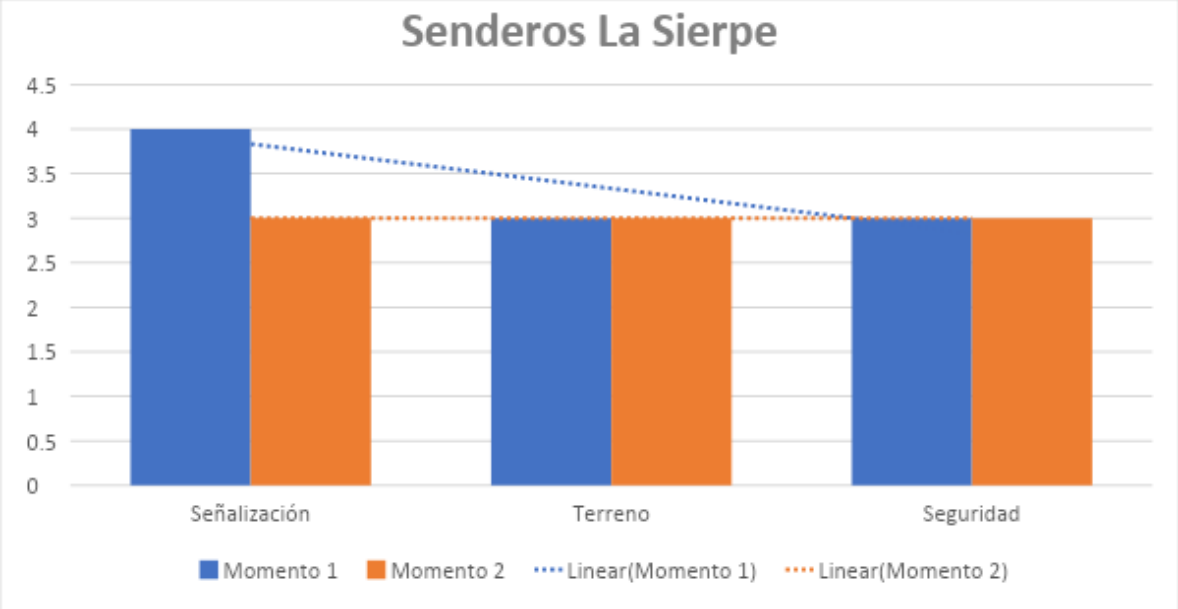
Fuente: los autores

Se identifica las falencias para la prestación del servicio de las lanchas desde los procesos de limpieza y ajustes estructurales del medio de transporte, la

seguridad y las condiciones del equipamiento que permiten un traslado seguro del turista.

Estos aspectos identificados deben ser intervenidos de manera urgente para la prestación del servicio turístico.

Gráfico 6 Senderos La Sierpe



Fuente: los autores

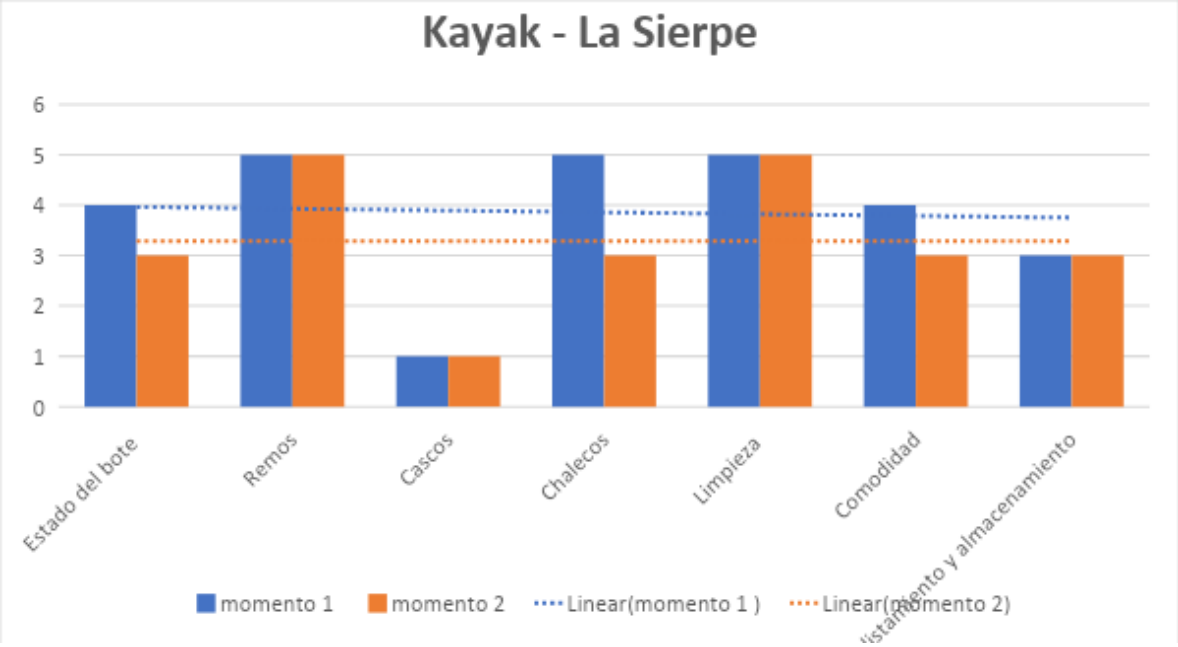
En este ejercicio se realizó la valoración en el momento 1 y momento 2, ya que, por las dinámicas del ejercicio con los operadores directos, se hace en campo los dos momentos eliminando el momento 1 de percepción inicial.

Tabla 10 Valoración senderos La Sierpe

Criterio	Momento 1	Momento 2
Señalización	4	3
Terreno	3	3
Seguridad	3	3

Fuente: los autores

Gráfico 7 Kayak La Sierpe



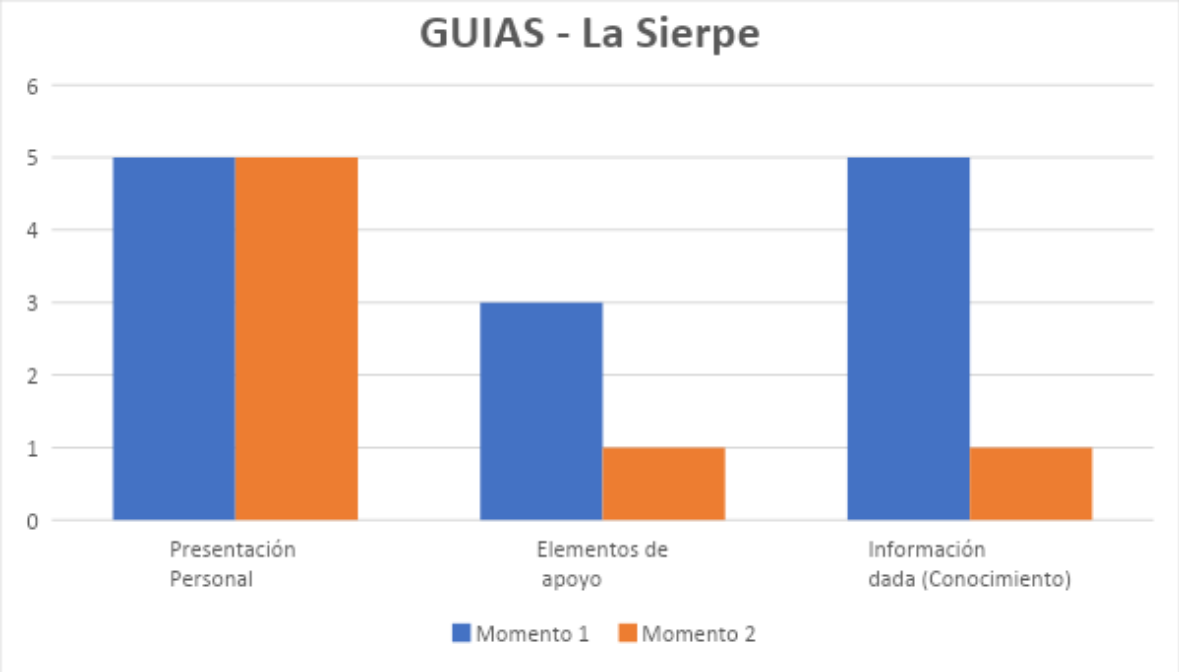
Fuente: los autores

Tabla 11 Valoración kayak La Sierpe

Criterio	Momento 1	Momento 2
Estado del bote	4	3
Remos	5	5
Cascos	1	1
Chalecos	5	3
Limpieza	5	5
Comodidad	4	3
Alistamiento y almacenamiento	3	3

Fuente: Los autores

Gráfico 8 Guías La Sierpe



Fuente: los autores

Tabla 12 Valoración guías La Sierpe

Criterio	Momento 1	Momento 2
Presentación personal	5	5
Elementos de apoyo	3	1
Información dada	5	1

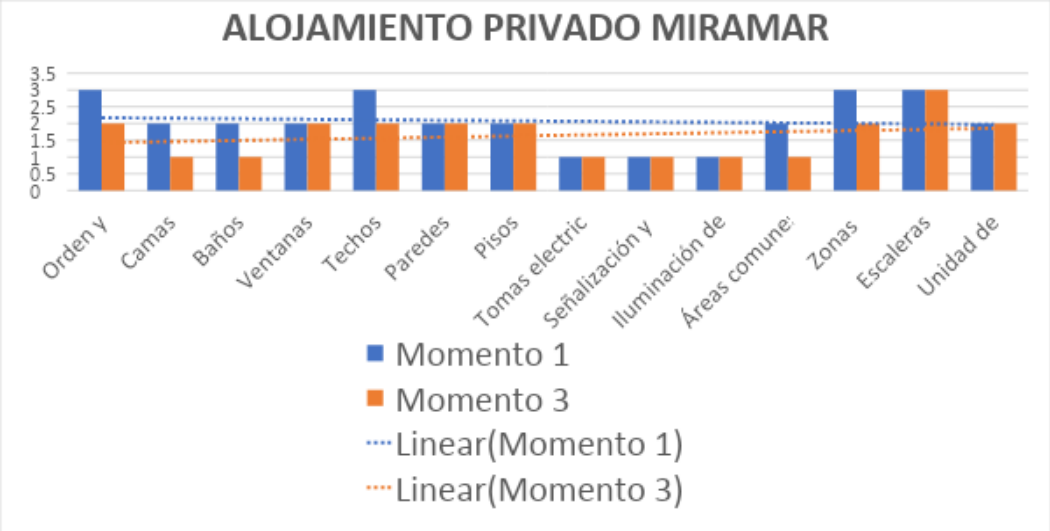
Fuente: los autores

Desde la percepción del equipo técnico experto en turismo, se evidencia que existen falencias en las actividades realizadas en La Sierpe comparando relativamente la percepción de la comunidad frente al estado de los criterios evaluados para cada proceso. La dotación y adecuación de los senderos y elementos para la realización de las actividades se hace fundamentales para garantizar la prestación del servicio.

1.3.2. Análisis de servicios en miramar

Para los establecimientos de prestación de servicios turísticos y las actividades identificadas en la comunidad de Miramar, se implementa de igual forma la metodología descrita con anterioridad, generando el siguiente análisis:

Gráfico 9 Alojamiento privado Miramar



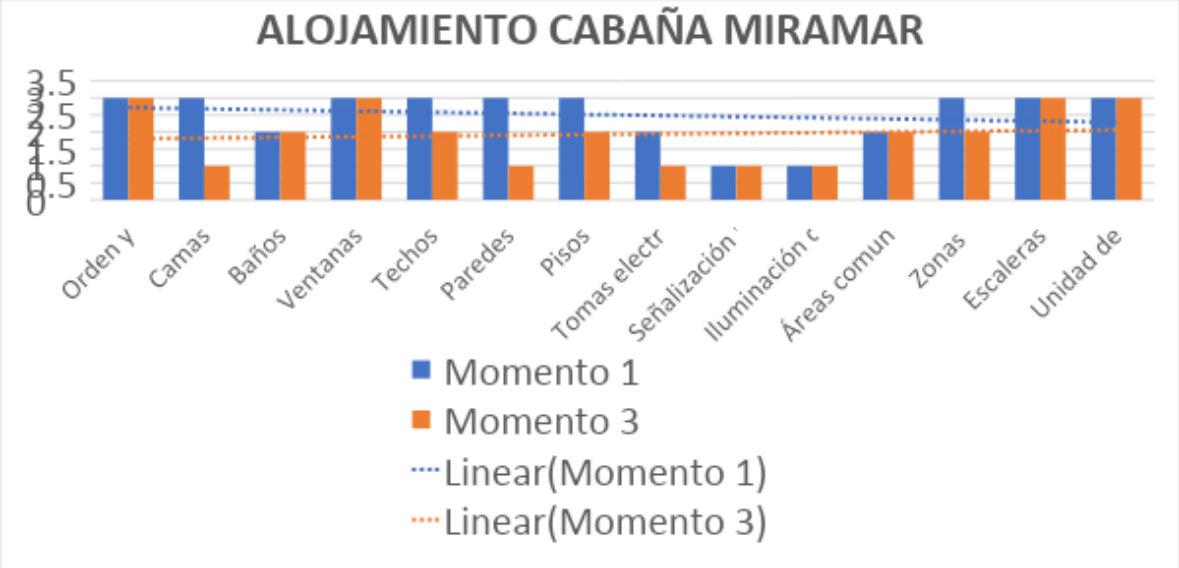
Fuente: los autores

Tabla 13 Valoración alojamiento privado Miramar

Criterio	Momento 1	Momento 3
Orden y Aseo	3	2
Camas	2	1
Baños	2	1
Ventanas	2	2
Techos	3	2
Paredes	2	2
Pisos	2	2
Tomas Eléctricas y Bombillos	1	1
Señalización y extintores	1	1
Iluminación de emergencia	1	1
Áreas comunes	2	1
Zonas verdes	3	2
Escaleras	3	3
Unidad de alojamiento en general	2	2

Fuente: los autores

Gráfico 10 Alojamiento cabaña Miramar



Fuente: los autores

Tabla 14 Valoración alojamiento cabaña Miramar

Criterio	Momento 1	Momento 3
Orden y Aseo	3	3
Camas	3	1
Baños	2	2
Ventanas	3	3
Techos	3	2
Paredes	3	1
Pisos	3	2
Tomas Eléctricas y Bombillos	2	1
Señalización y extintores	1	1
Iluminación de emergencia	1	1
Áreas comunes	2	2
Zonas verdes	3	2
Escaleras	3	3
Unidad de alojamiento en general	3	3

Fuente: los autores

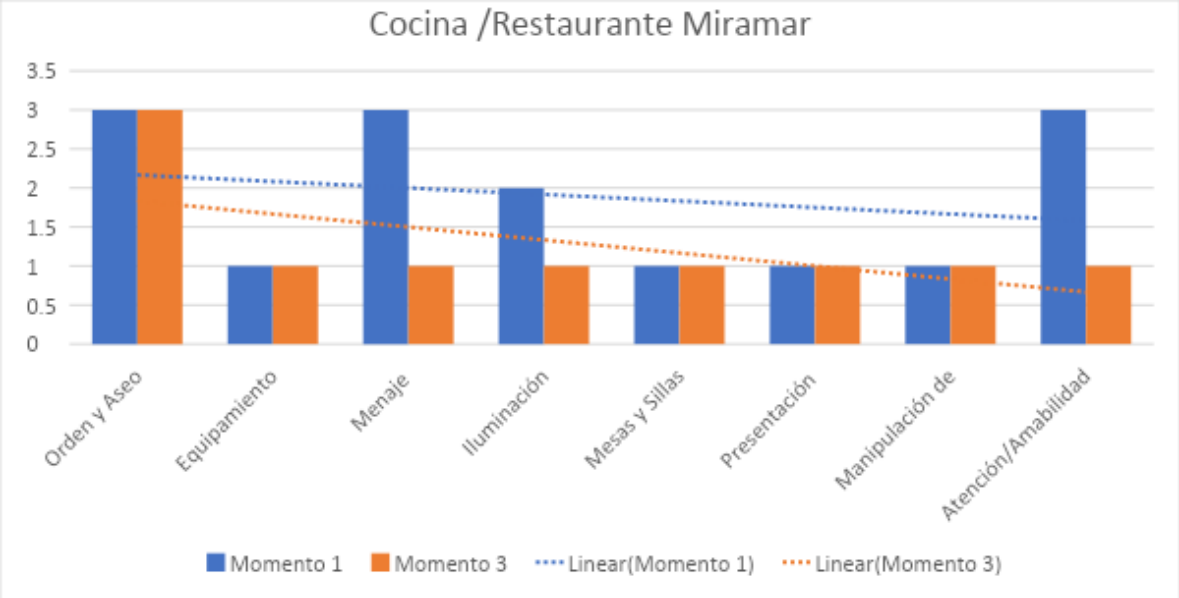
En este ejercicio se realizó la valoración en el momento 1 y momento 3, ya que el momento 2 se realiza al mismo tiempo con los operadores de las unidades de alojamiento por cuestiones de actividades de la comunidad.

Desde la percepción del equipo técnico experto en turismo, se evidencia que existen falencias que no son identificadas por la comunidad y necesitan ser gestionadas estratégicamente de manera urgente para realizar la prestación del servicio de alojamiento en ambos establecimientos de la comunidad de Miramar.

Al cierre del ejercicio se aprecia en la unidad de alojamiento evaluada, la necesidad de mejora en infraestructura (Pisos, paredes, ventanas, adecuación eléctrica, puertas, techos, escaleras entre otros), dotación de lencería, cobertores, almohadas, mosquiteros entre otros.

Además de la intervención estructural, se requiere adecuación de protocolos de servicio, aseo de habitaciones, recepción de objetos, planes de contingencia, manejo de extintores entre otros procesos necesarios para la prestación del servicio.

Gráfico 11 Cocina / Restaurante Miramar



Fuente: los autores

Tabla 15 Valoración cocina / restaurante Miramar

Criterio	Momento 1	Momento 3
Orden y Aseo	3	3
Equipamiento	1	1
Menaje (utensilios)	3	1
Iluminación	2	1
Mesas y Sillas	1	1
Presentación personal	1	1
Manipulación de alimentos	1	1
Atención / Amabilidad	3	1

Para el proceso de alimentos y bebidas en la comunidad de Miramar, se identifica que la percepción del equipo consultor está muy alineada a la de la comunidad, unas falencias críticas que deben ser intervenidas de manera urgente y estratégica para lograr una buena prestación de servicio al turista.

Al cierre del ejercicio se aprecia en la unidad de restaurante y cocina en la comunidad de Miramar, la necesidad de dotación de equipos necesarios para la elaboración de alimentos, menaje, vajilla, sillas, mesas y demás elementos para la prestación del servicio. Se identifica la necesidad de intervención en la infraestructura, la adecuación de la zona de almacenamiento, iluminación entre otros.

Además de la intervención estructural, se requiere adecuación de protocolos de servicio, aseo, manipulación de alimentos, planes de contingencia, manejo de extintores entre otros procesos necesarios para la prestación del servicio.

El análisis realizado anteriormente, es insumo para el planteamiento de criterios al momento de realizar un análisis completo del territorio a través de la

matriz DOFA, además de la generación de estrategias para garantizar la prestación del servicio turístico en el territorio.

1.4. Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas

Con la participación de la comunidad en el taller realizado el 16 de octubre, se realizó un análisis DOFA (Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) de los establecimientos de servicios turísticos y del estado actual del territorio para la prestación de servicios turísticos en el área de influencia del Parque Natural Regional la Sierpe, en el cual se identificaron diferentes debilidades que tiene la comunidad, en cuanto a la infraestructura, recurso humano, comercialización, cohesión social, entre otras.

Se realiza un análisis de los factores y se determinan algunas posibles líneas estratégicas que pueden orientar futuros proyectos para el mejoramiento continuo del territorio en la gestión y operación del turismo de naturaleza.

Tabla 16 Análisis estratégico DOFA

	FORTALEZAS	***DEBILIDADES***
Análisis de la comunidad para la prestación de servicios turísticos en el	**F1** Atractivos turísticos en el territorio **F2** Conocimiento del territorio, saber ancestral **F3** Materia prima disponible (gastronomía) **F4** Talento humano para la prestación de los servicios **F5** Saberes ancestrales	**D1** No cuentan con un punto de información turística **D2** No se cuenta con un protocolo de bienvenida establecido **D3** El manejo de residuos no se encuentra establecido **D4** Equipamiento, menaje, espacio de almacenamiento, espacio de prestación de servicio y

Parque Natural Regional La Sierpe	**F6** Principios y valores del territorio **F7** Evolución de la actividad turística **F8** Biodiversidad **F9** Reglamentación interna y de la oferta **F10** Gobernanza del territorio **F11** Disponibilidad de lanchas para la operación turística	elaboración de alimentos de los restaurantes **D5** Alistamiento y preparación para la prestación del servicio **D6** Gestión de proveedores **D7** Capacitación en oferta gastronómica, prestación del servicio y otros temas fundamentales para la atención de turistas **D8** Calendario de producción **D9** Desarticulación de actores locales (artesanías, pescadores, piangüeras, agricultores) **D10** Estandarización tarifaria **D11** Operación de transporte (Articulación con Corpacífico) **D12** Promoción de destino **D13** Mantenimiento de equipamiento y materiales **D14** Implementación de protocolos de bioseguridad **D15** Condiciones de acceso a muchos recursos turísticos del territorio
OPORTUNIDADES	***LÍNEA ESTRATÉGICA FO***	***LÍNEA ESTRATÉGICA DO***
O1 Ofertas de capacitación y formación. **O2** Rubros presupuestales para la ejecución de		

proyectos de turismo de naturaleza **O3** Crecimiento de viajeros en el año 2021 desde concepto de Slow Turism **O4** Diversidad de atractivos naturales y culturales en el territorio **O5** Plataformas digitales y redes sociales para la comercialización y divulgación. **O6** Procesos de consultoría en turismo comunitario y planificación de destinos **O7** Normalización turística con criterios de calidad y sostenibilidad.	**Formación y capacitación** **Acompañamiento técnico** **Diseño de actividades turísticas** **Planificación del territorio**	**Formulación de proyectos** **Dotación y equipamiento** **Intervención y adecuación de infraestructura y recursos turísticos** **Capacitación y acompañamiento**
AMENAZAS	***LÍNEA ESTRTÉGICA FA***	***LÍNEA ESTRATÉGICA DA***
A1 Desastres naturales que alteren el estado de las vías o dañen los recursos naturales y la infraestructura del territorio **A2** Algunos recursos turísticos como la cascada La Sierpe, se encuentran amenazados por la presencia no controlada de visitantes desde otras islas **A3** Presencia de turistas que no cumplan con las políticas o lineamientos establecidos por la comunidad para el desarrollo de la actividad y salvaguardia del patrimonio cultural y natural. **A4** Confinamientos en el país por cuestiones de enfermedades, plagas o pandemias. **A5** Percepción del destino como zona de conflicto afectando su comercialización.	**Planes de intervención y acción** **Modelo de gestión comunitaria** **Implementación de protocolos de bioseguridad** **Estrategias de divulgación**	**Plan de promoción y comercialización** **Ordenamiento y gestión comunitaria para el desarrollo de las actividades turísticas** **Capacitación y acompañamiento**

A6 Insuficiencia de conectividad a internet en las zonas rurales y costeras en el territorio colombiano **A7** Falta de presencia del gobierno local y regional para el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades que habitan los territorios rurales y costeros		

Fuente: los autores

Así mismo se realizó la identificación de proyectos que han desarrollado actores públicos y privados en la zona relacionados con el turismo.

Proyectos desarrollados

Tabla 17 Proyectos desarrollados

Año	Actor Financiador	Acción desarrollada
2015	GEF Proyecto Pequeñas Donaciones	Fortalecimiento al turismo comunitario y construcción de la primera fase del sendero el morro
2017	CVC	Prediagnóstico del turismo de naturaleza
2018	CVC	Fortalecimiento a los atractivos del parque regional la sierpe y diseño del sendero ecológico de las cascadas de la Sierpe, construcción del mirador isla peregrina, mejoramiento y señalética del sendero de la sierpe y mira mar los tucanes,

2019	CVC	Construcción del sendero ecológico de la comunidad de mangaña y mejoramiento del muelle de isla plata y sendero de la comunidad de la sierpe y el morro
2019	Paramos y Bosques	Fortalecimiento del turismo comunitario en los aspectos del servicio y fortalecimiento empresarial, compra de lancha a Biotur y compra de 5 motores a lancheros 2 en mira mar y 2 en la plata y uno mangaña y mejoramiento de las 5 lanchas.
2021	CVC	Fortalecimiento del ecoturismo y las AZOTEAS locales 3, una en la plata, una mira mar y una en la sierpe, terminación de sendero de la comunidad de mangaña
2021	Consejo Comunitario	Construcción del muelle de la comunidad de La Sierpe 70% 27 metros en concreto
2021	Consejo Comunitario	Construcción de pozos sépticos Comunidad de mangaña
2021	Consejo comunitario	Construcción de muelle de la vereda mira mar 70%, 60 metros en concreto
2021	Consejo Comunitario	Lancha ambulancia del territorio
2021	Consejo Comunitario	Construcción del puesto de salud del consejo comunitario
2021	Consejo Comunitario	Construcción de pozos sépticos en la vereda la plata 20% de la comunidad de la plata,

2018	CVC Y UNIÓN EUROPEA	Evaluación y certificación a Ecomanglar como negocio verde
2019	Parque Nacional Uramba y unión europea	Fortalecimiento a Biotur en dotaciones para la cabaña y restaurante de la vereda la sierpe,
2021	SENA	Formación en promotor turístico a 35 jóvenes de las 4 veredas mangaña, la sierpe, la plata y mira mar
2020	Convocatoria estímulos comparte lo que somos	Cartilla educativa relacionada con la actividad de pesca y diseño de la actividad de pesca responsable
2014 - 2019	Universidad Tecnológica de Pereira	Salidas académicas para el conocimiento del modelo de gestión de turismo comunitario.

Fuente: los autores

Se realiza un cruce de información e integración de discusiones generadas en la comunidad y el equipo de trabajo y partiendo de las posibles líneas estratégicas, se plantean una serie de estrategias que podrán proyectarse como posibles proyectos para el fortalecimiento de la prestación de servicios turísticos en el Parque Natural Regional La Sierpe.

Tabla 18 Proyección de proyectos para fortalecimiento

Infraestructura	Recurso humano	Super estructura	Comercialización
Intervención (Eléctrica y estructural) en establecimientos de servicio (Alojamiento,	Formación en servicio al cliente.	Actualización de la reglamentación del uso turístico en las zonas de recuperación,	Promoción del destino

Restaurantes, Muelles, Medios de Transporte etc)		conservación y uso ancestral	
Dotación y equipamiento para la ejecución de actividades de turismo de naturaleza	Diseño de protocolos y estándares de calidad	Control de actividades de operadores externos en el territorio (Puntos de control)	Estrategias de comercialización y comunicación
Dotación y equipamiento para los establecimientos de servicio turístico	Capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura y Gastronomía		Plan de marketing digital
Intervención en equipos de emergencia y prestación de servicios de primeros auxilios	Formación específica para la operación de actividades		
Intervención y adecuación de lanchas	Acompañamiento en el diseño de actividades turísticas		
Punto de Información turística	Formación en gestión administrativa y organizacional		

1.5. Calculo del índice de competitividad

Con el propósito de identificar el índice de competitividad o también llamando de desarrollo turístico para el Parque Natural Regional la Sierpe y su área de influencia, se realizó en uno de los talleres realizados en el mes de octubre con la participación de las comunidades que habitan en el área de influencia directa del área protegida, un ejercicio participativo de priorización de variables para destinos turísticos competitivos a partir de la determinación del nivel de desarrollo del

destino a partir del análisis de cuatro factores principales como son: I. Supersetructura o Gobernanza Turística, II. Talento Humano, III. Infraestructura, IV. Promoción y Mercadeo. Estos factores están compuestos por cinco variables cada uno, para un total de 20 variables de medición que se describen a continuación:

Tabla 19 Variables para la medición del índice de competitividad del destino

FACTORES	PREGUNTAS
Factor I: Superestructura Turística	**1. ¿**Cómo es la relación entre lo público y lo privado a favor del Turismo de Naturaleza en la zona**?**
	2. ¿Cómo es el nivel de desarrollo del Turismo de Naturaleza para el territorio desde la secretaría Municipal de Turismo**?**
	3. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de planes y diagnósticos del turismo de Naturaleza en su territorio**?**
	4. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de gremios de Turismo de Naturaleza en su Territorio**?**
	5. ¿Cómo es el nivel de participación de la empresa privada en el desarrollo del Turismo de Naturaleza en su localidad**?**
Factor II: Recurso Humano	**1. ¿**Cuál es el grado de capacitación de los prestadores de servicios en los temas de turismo de naturaleza**?**
	2. ¿Cómo es el nivel de conocimiento de los prestadores de servicios sobre las normas técnicas de sostenibilidad turística**?**
	3. ¿Cuál es el nivel de formación tecnológica en temas del turismo en el territorio**?**
	4. ¿Cómo es el nivel de profesionalización de los actores en las ANP con relación al turismo**?**
	5. ¿Cuál es el nivel de legalidad de los prestadores de servicios de turismo de Naturaleza en las ANP (ej: tarjeta rprofesional en guías)**?**
Factor III: Infraestructura Turística	**1. ¿**Cómo es el nivel de desarrollo de Hoteles y Restaurantes certificados para el turismo de naturaleza**?**
	2. ¿Cómo es el nivel de desarrollo de Atractivos Turísticos para el turismo de naturaleza**?**

	3. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de la señalización para el turismo de naturaleza**?**
	4. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de vías de acceso a los atractivos de naturaleza**?**
	5. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de Sitios de llegada para los turistas**?**
Factor IV: Promoción y Mercadeo	**1. ¿**Cuál es el nivel de desarrollo del producto de Turismo de Naturaleza**?**
	2. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de estudios que perfilen el segmento de mercado para el producto de TN**?**
	3. ¿Cómo es el nivel de participación del sector de turismo de naturaleza en ferias, eventos y ruedas de negocios regionales, nacionales e internacionales**?**
	4. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de propuestas de promoción y publicidad como atractivos de naturaleza para mercado a nivel nacional e internacional**?**
	5. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de una marca local para los temas de TN**?**

Fuente: los autores

Las variables se ponderan en una escala de cero (0) hasta cinco (5), donde cada variable corresponde a un 5%. Finalmente, y después de esta ponderación numérica se suma el valor de cada una de las variables de Competitividad o Desarrollo Turístico que determina la clasificación del destino, el resultado de este ejercicio puede ubicar al destino en cuatro categorías 1) Destino Incipiente 2) Destino Intermedio 3) Destino con Proyección 4) Destino Competitivo.

Tabla 20 Valoración de cada una de las variables

Valor	*Significado*
0	Nada
1	Escaso
2	Poco
3	Intermedio/Regular
4	Bastante
5	Mucho

A continuación, se exponen cada una de las variables evaluadas, con el promedio de las respuestas obtenidas durante el taller y en las entrevistas con los operadores turísticos de Biotur y Ecomanglar.

Tabla 21 Variables para la medición del índice de competitividad del destino

FACTORES	PREGUNTAS	VALORACIÓN PROMEDIO
Factor I: Superestructura Turística	**1. ¿**Cómo es la relación entre lo público y lo privado a favor del Turismo de Naturaleza en la zona**?**	4
	2. ¿Cómo es el nivel de desarrollo del Turismo de Naturaleza para el territorio desde la secretaría Municipal de Turismo**?**	1
	3. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de planes y diagnósticos del turismo de Naturaleza en su territorio**?**	4
	4. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de gremios de Turismo de Naturaleza en su Territorio**?**	0
	5. ¿Cómo es el nivel de participación de la empresa privada en el desarrollo del Turismo de Naturaleza en su localidad**?**	2
Factor II: Recurso Humano	**1. ¿**Cuál es el grado de capacitación de los prestadores de servicios en los temas de turismo de naturaleza**?**	1
	2. ¿Cómo es el nivel de conocimiento de los prestadores de servicios sobre las normas técnicas de sostenibilidad turística**?**	2
	3. ¿Cuál es el nivel de formación tecnológica en temas del turismo en el territorio**?**	1
	4. ¿Cómo es el nivel de profesionalización de los actores en las ANP con relación al turismo**?**	1
	5. ¿Cuál es el nivel de legalidad de los prestadores de servicios de turismo de Naturaleza en las ANP (ej: tarjeta rprofesional en guías)**?**	1

Factor III: Infraestructura Turística	**1. ¿**Cómo es el nivel de desarrollo de Hoteles y Restaurantes certificados para el turismo de naturaleza**?**	0
	2. ¿Cómo es el nivel de desarrollo de Atractivos Turísticos para el turismo de naturaleza**?**	2
	3. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de la señalización para el turismo de naturaleza**?**	1
	4. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de vías de acceso a los atractivos de naturaleza**?**	0
	5. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de Sitios de llegada para los turistas**?**	3
Factor IV: Promoción y Mercadeo	**1. ¿**Cuál es el nivel de desarrollo del producto de Turismo de Naturaleza**?**	2
	2. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de estudios que perfilen el segmento de mercado para el producto de TN**?**	2
	3. ¿Cómo es el nivel de participación del sector de turismo de naturaleza en ferias, eventos y ruedas de negocios regionales, nacionales e internacionales**?**	1
	4. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de propuestas de promoción y publicidad como atractivos de naturaleza para mercado a nivel nacional e internacional**?**	0
	5. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de una marca local para los temas de TN**?**	0

Fuente: los autores

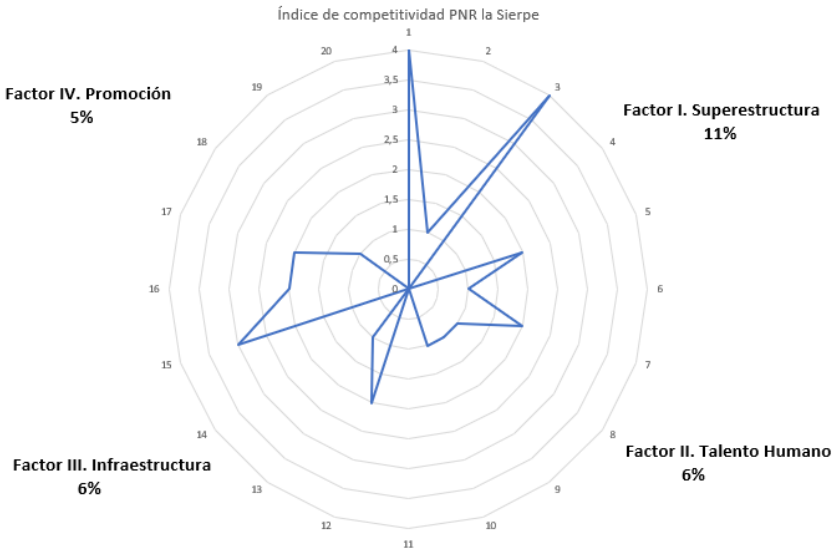
En este sentido, se establece a partir de los datos anteriores una clasificación del índice de competitividad del destino a partir de los siguientes parámetros:

Tabla 22 Valoración del índice de competitividad de destinos según el porcentaje

Valor del Índice	Clasificación	Descripción
<30%	Destino Incipiente	La comunidad y empresarios locales reconocen en el turismo un gran potencial y oportunidad pero no están trabajando articuladamente para lograrlo.
31-50%	Destino Intermedio	La comunidad y empresarios locales reconocen el gran valor del turismo y trabajan articuladamente por lograrlo pero sin mayores direccionamiento y articulación con instituciones externas.
51-70%	Destino con Proyección	La comunidad y empresarios locales reconocen el valor del turismo, trabajar articuladamente entre sí y con otras instituciones pero faltan elementos de direccionamiento y planificación local.
>71%	Destino Competitivo	La comunidad y empresarios turísticos tienen mucha claridad en como desarrollar el destino, por ello implementan un modelo de planificación y gestión de destinos.

Para el Parque Natural Regional la Sierpe, se obtuvieron los siguientes valores: Factor I. Superestructura con un 11%; factor II. Talento humano 6%; factor III- Infraestructura 6%; y para el factor IV. Promoción un porcentaje de 5%; obteniendo un resultado de 28%, lo que lo ubica como un destino incipiente, es decir que tiene un gran potencial para el desarrollo de turismo de naturaleza, pero requieren fortalecer diferentes aspectos, especialmente en talento humano, infraestructura y promoción del destino.

Gráfico 12 Valores Indice de Competitividad



PARTE 2
DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

2. ANÁLISIS DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

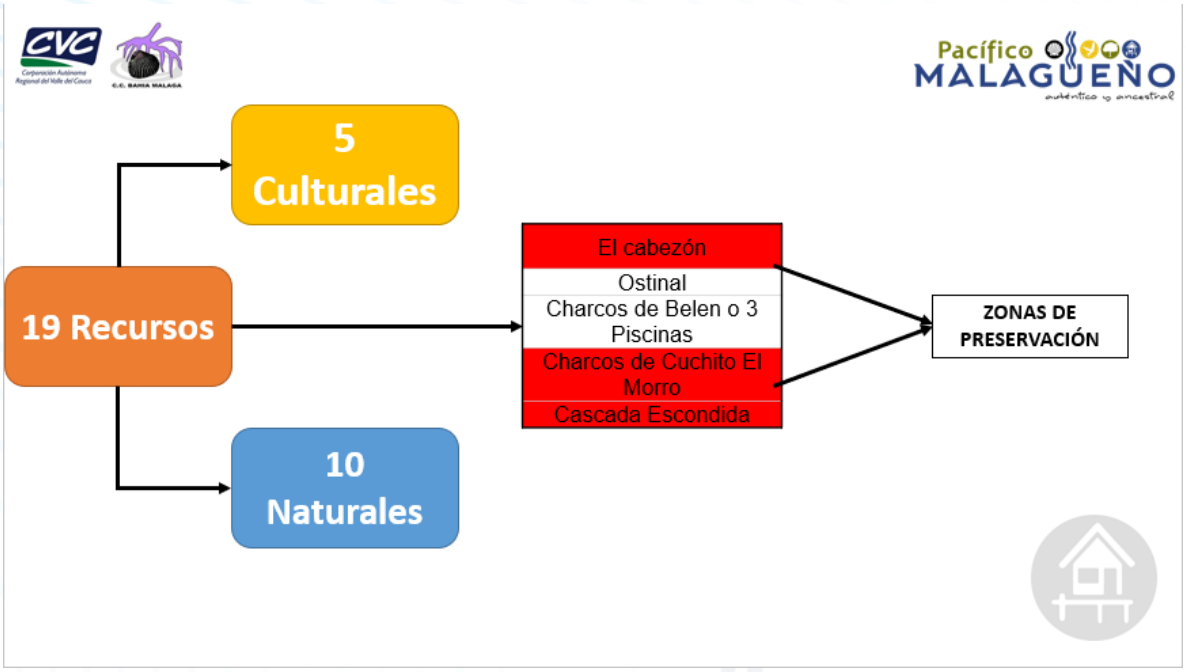
2.1. Inventario de recursos y atractivos turísticos

Se realizó un taller con la comunidad en el cual se identificaron nuevos elementos turísticos como recursos y atractivos turísticos, se realizaron recorridos de caracterización de dichos lugares, y posteriormente se realizó desde el equipo técnico su valoración y jerarquización a partir de los lineamientos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Vale la pena mencionar que se corrigieron las fichas de caracterización de atractivos potenciales y se realizó la valoración cualitativa del atractivo evaluando características como: 1) Fragilidad ambiental 2) Estado de la propiedad 3) Acceso a una diversidad de público 4) Demanda 5) Posibilidad de reducción de presiones 6) Singularidad del atractivo 7) Capacidad de manejo y control 8) Manejo de riesgos.

Así mismo, se realizó la georreferenciación de cada uno de los lugares y se realizó el análisis de uso del suelo permitido, según en Plan de Manejo del área. La información sobre los recursos y atractivos turísticos potenciales se encuentra en el Anexo 4. Inventario de recursos y atractivos turísticos del Parque Regional Natural la Sierpe.

Se identificaron 19 recursos potenciales (5 culturales y 10 naturales), entre los recursos naturales se identificaron 5 recursos hídricos asociados a un atractivo potencial, pero al momento de realizar el análisis del uso del suelo permitido, 3 de esos recursos se encontraban en zona de preservación.

Gráfico 13 Recursos identificados



2.2. Caracterización de infraestructura de apoyo al turismo

Se realizó un recorrido por las comunidades de Miramar y la Sierpe con el fin de caracterizar la infraestructura de soporte como agua, energía, telecomunicaciones, señalización. En términos generales el Parque Natural Regional la Sierpe y su área de influencia cuentan con un puesto de salud (el cual se encuentra en fase de dotación de equipos e insumos), además de una lancha ambulancia para las comunidades de Miramar, la Sierpe, Mangaña y la Plata (estando ubicada en esta última), sin embargo se identifica que no se cuenta con agua potable (mediante tratamiento químico), y se almacena generalmente en tanques plásticos, así mismo no cuentan con energía eléctrica las 24 horas del día (a excepción del restaurante y alojamiento en la Sierpe, que tienen sistema de energía solar), y se tiene energía eléctrica en la comunidad en el horario de 6:00 a 10:00 pm por combustión, se denota que no existen puntos wifi, y se tiene servicio de Internet

mediante pines (una iniciativa privada).

En el **Anexo 6.** Caracterización de la Infraestructura de apoyo al turismo se encuentra la caracterización de la infraestructura, que incluye una ficha técnica informativa y los registros fotográficos.

2.3. Caracterización de planta turística

Se realizaron recorridos por las comunidades de La Sierpe y Miramar, con el propósito de caracterizar la planta turística actual. Se encontró en cuanto a alojamiento que está conformada por 2 cabañas comunitarias, una en la vereda Miramar y otra en la vereda la Sierpe, así mismo en Miramar se encontraron dos alojamientos rurales que se están adecuando para la prestación de servicios turísticos, y uno en Miramar; en cuanto a servicios gastronómicos se caracterizaron tres iniciativas, uno en la vereda la Sierpe y otro en la vereda Miramar, no se evidenciaron baterías sanitarias (a excepción de los alojamientos y restaurantes), ni puntos de información turística o de alquiler de equipos.

Dicha información se encuentra en el **Anexo 6.** Caracterización de la Infraestructura de apoyo al turismo.

2.4. Definición de lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos

Teniendo en cuenta los lineamientos de la política de turismo de Naturaleza y la definición de subproductos, a partir de los recorridos realizados en campo en los cuales se visitaron y caracterizaron atractivos turísticos potenciales en el área

protegida y su zona de influencia directa, se realizó la identificación de los lugares y actividades para el desarrollo de los subproductos de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, y las actividades complementarias desde el turismo cultural.

Ilustración 1 Sendero del pensamiento, cerca a la comunidad de la Sierpe

Ilustración 2 Identificación de sitios potenciales para el turismo por parte de la comunidad

Fuente: los autores

En la siguiente tabla se identifica el recurso turístico, el atractivo potencial, la actividad de turismo de naturaleza potencial y la clasificación por tipo de recurso, en cuanto a patrimonio natural, y patrimonio cultural material e inmaterial:

Tabla 23 Identificación de recursos y atractivos potenciales y su clasificación en patrimonio natural y cultural.

No	Actividad turismo de naturaleza potencial	Recurso	Atractivo potencial	Patr. Cultural		Patr. Natural
				Material	Inmaterial	
1	Ruta del canasto	Comunidad La Sierpe	Saberes ancestrales en la recolección del bejuco y la elaboración del canasto		X	
2	Experiencia comunitaria	Comunidad La Sierpe	Saberes e historia del territorio, poemas y folclor. Conocimientos asociados a la elaboración de bebidas ancestrales y uso de plantas medicinales		X	
3	Sendero Entre Ojos y Hojas	Bosque húmedo tropical	Biodiversidad de Fauna y Flora en el Bosque Húmedo Tropical			X
4	Pesca responsable	La mesa	Saberes ancestrales asociados a la actividad de pesca.		X	
5		El morro de concho				
6	Actividad gastronómica	Comunidad La Sierpe	Conocimientos, saberes y técnicas asociados a la recolección y		X	

			transformación de alimentos			
7	Baños e interpretación en cascada	Cascada La Sierpe	Ecosistema Estuarino			X
8			Cascada La Sierpe			X
9	Interpretación de ecosistema hídrico y baño en cascada	El cabezón	Ecosistema hídrico			X
10		Ostional				
11		Charcos de Belén o 3 Piscinas				
12		Charcos de cuchito El Morro				
13		Cascada Escondida				
14	Kayak - Boga	La Herradura	Ecosistema manglar			X
			Ecosistema hídrico			X
15	Fitoplancton	Alrededor de las comunidades	Microalgas que generan luminiscencia			X
16	Avistamiento de aves marinas	Cumblichera	Diversidad de aves y especies marinas			X
17		Isla Saca Peña				
18	Ruta de la sangara	Manglares Caracas	Conocimientos ancestrales para la recolección y aprovechamiento sostenible del molusco sangara (*Anadara tuberculosa*)		X	
19	Recorrido por esteros y baño	Cuchito el Morro	Esteros y Manglares			X
20	En búsqueda del Muchillá	Quebrada Tamborero	Ecosistema hídrico			X

Fuente: los autores

A los 20 sitios identificados con potencial para el desarrollo de turismo de naturaleza en el Parque Natural Regional la sierpe y su área de influencia directa, se les realizó la caracterización en la cual se identifica el grupo al que pertenecen, el componente, además de analizar su ubicación con relación al uso de suelo en el que se ubica con relación al plan de manejo del área protegida. Así mismo, se realizó una evaluación del cumplimiento de las siguientes características: condiciones de acceso físicas, actividad, servicios turísticos asociados, estado de la infraestructura para posteriormente identificar si tienen potencial para el desarrollo de actividades turísticas y si el uso del suelo está permitido. Así mismo se identifica el número de la ficha con la que fueron caracterizados.

Ilustración 3 Cascada escondida

Fuente los autores

Algunos de los sitios visitados según el Plan de manejo del área protegida se encuentran ubicados en la zona de conservación, como es el caso de la cascada escondida; en esta zonificación están prohibidas las actividades turísticas, razón por la cual no se incluyen dentro de la oferta turística del área.

Tabla 24 Evaluación de atractivos potenciales

ATRACTIVOS POTENCIALES											
Recurso Turístico / Lugar	Atractivo Potencial	Tipo de patrimonio	Grupo	Componente	Uso del suelo	Condicione	Actividad	Servicios	Infraestruct	Aprob	No
Comunidad La Sierpe	Saberes ancestrales en la recolección del bejuco y la elaboración del canasto	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.10 Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos	Área de influencia del PNR	X	X	X	X	SI	1
Comunidad La Sierpe	Saberes e historia del territorio, poemas y folclor. Conocimientos asociados a la elaboración de bebidas ancestrales y uso de plantas medicinales	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.1 1.6.2 1.6.3 1.6.4 1.6.6	Área de influencia del PNR	X	X	X	X	SI	2
Sendero Entre Ojos y Hojas	Biodiversidad de Fauna y Flora en el Bosque Húmedo Tropical	2. Natural	2.7 Tierras insulares	2.7.9 Otros Bosque Húmedo tropical	Área de influencia del PNR	X	X	X	X	SI	3
La mesa	Saberes ancestrales asociados a la actividad de pesca.	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.1 Conocimientos y prácticas sobre el universo y la naturaleza	Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga	X	X	X	X	SI	4

El morro de concho					Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga						
Comunidad La Sierpe	Conocimientos, saberes y técnicas asociados a la recolección y transformación de alimentos	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.2 La gastronomía y los saberes culinarios	Área de influencia del PNR	X	X	X	X	SI	5
Cascada La Sierpe	Ecosistema Estuarino Cascada La Sierpe	2.	2.5 Aguas Lóticas	2.5.1 Cascada, catarata o salto	Uso recreativo	X	X	X	X	SI	6
El Cabezón	Ecosistema hídrico	2. Natural	2.5 Aguas Lóticas	2.5.1 Cascada, catarata o salto	Zona de recuperación	X	X	X		NO	
Ostional				2.5.1 Cascada, catarata o salto	Uso Ancestral	X	X	X	X	SI	7
Charcos de Belén o 3 piscinas				2.5.4 Quebrada	Uso Ancestral	X	X	X	X	SI	8
Charcos de Cuchito el Morro				2.5.4 Quebrada	Zona de recuperación		X	X		NO	
Cascada Escondida				2.5.1 Cascada, catarata o salto	Zona de conservación			X		NO	
La Herradura	Ecosistema manglar	2. Natural	2.6 Costas litorales	2.6.14 Manglar	Uso Ancestral	X	X	X	X	SI	9
	Ecosistema hídrico		2.5 Aguas Lóticas	2.5.4 Quebrada							

Alrededor de las comunidades	Microalgas que generan luminiscencia	2. Natural	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	Área de influencia del PNR	X	X	X	X	SI	10
Isla saca peña Cumbilinchera	Diversidad de aves y especies marinas	2. Natural	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	Fuera del área	X	X	X	X	SI	11
Manglares Caracas	Conocimientos ancestrales para la recolección y aprovechamiento sostenible del molusco sangara Anadara Tuberculosa	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.1 Conocimientos y prácticas sobre el universo y la naturaleza	Fuera del área	X	X	X	X	SI	12
Cuchito el Morro	Esteros y Manglares	2.	2.5 Aguas Lóticas	2.5.2 Esteros	Uso Ancestral	X	X	X	X	SI	13
Quebrada Tamborero	Ecosistema hídrico	2.	2.5 Aguas Lóticas	2.5.1 Cascada, catarata o salto	Área de influencia del PNR	X	X	X	X	SI	14

Fuente: los autores

De acuerdo con la tabla anterior, se identifican 14 atractivos potenciales para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza en el Parque Natural Regional la Sierpe, y a continuación se clasifican dichos lugares y atractivos potenciales de acuerdo con los subproductos de turismo de naturaleza.

Ilustración 4 Actividad de Kayak en la herradura, cerca de la comunidad de la Sierpe

Fuente: los autores

Finalmente, se realizó la clasificación de subproductos de acuerdo con los lugares potenciales para el desarrollo de turismo de naturaleza y las actividades turísticas potenciales proyectadas para la zona, la cual se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 25 Clasificación de subproductos de acuerdo con los lugares potenciales para el desarrollo de turismo de naturaleza

SUB-PRODUCTOS DE TURISMO DE NATURALEZA	LUGARES
ECOTURISMO	
Visita, interpretación ambiental y baño en charcos naturales.	**Cascada la sierpe** **Cascada Ostional** **Charcos de belén** **Charcos de cuchito el morro**

Senderismo	**Sendero entre ojos y hojas con Bosque Húmedo Tropical**
Avistamiento de aves marino-costeras	**Isla Sacapeña** **La Cumbilinchera**
Interpretación ambiental y contemplación del Fitoplancton	**Playas y bajos anexas a los muelles de Miramar y la Sierpe**
TURISMO RURAL	
Etnoturismo	**La mesa** **El morro de concho** **Manglares y bajos de Caracas** **Quebrada el tamborero** **Sendero entre Ojos y Hojas**
TURISMO CULTURAL	
ARTESANÍAS	
Ruta del Canasto	**Sendero entre Ojos y Hojas**
GASTRONOMÍA	
Preparación de dulces tradicionales	**Vereda la Sierpe** **Vereda Miramar**
TRADICIÓN ORAL	
Noche de versos e historias	**Vereda la Sierpe** **Sendero el pensamiento**

2.5. Definición de subproductos turísticos

A través de una construcción colectiva con la comunidad y el equipo de trabajo, se logran determinar las actividades turísticas potenciales que pueden incluirse en los atractivos ya caracterizados.

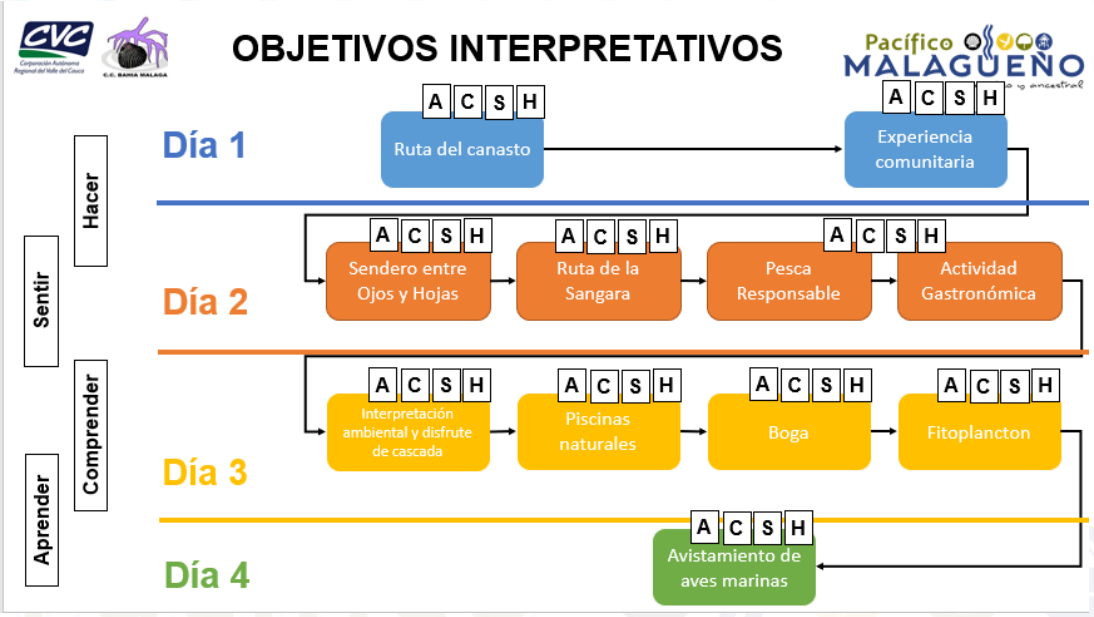
Ilustración 5 Taller con la comunidad

Es así, como se logra estructurar 3 subproductos que permitan resaltar la tradición cultural, la biodiversidad y el amor por su territorio. Estos tres paquetes se denominad: Ancestralidad, autenticidad y majestuosidad (**Anexo 8**).

Los tres subproductos cuentan con actividades diseñadas desde la gestión de un turismo comunitario, con una duración de 4 días y 3 noches, a continuación, se detallan las actividades potenciales para cada uno de los paquetes.

2.5.1. Ancestralidad

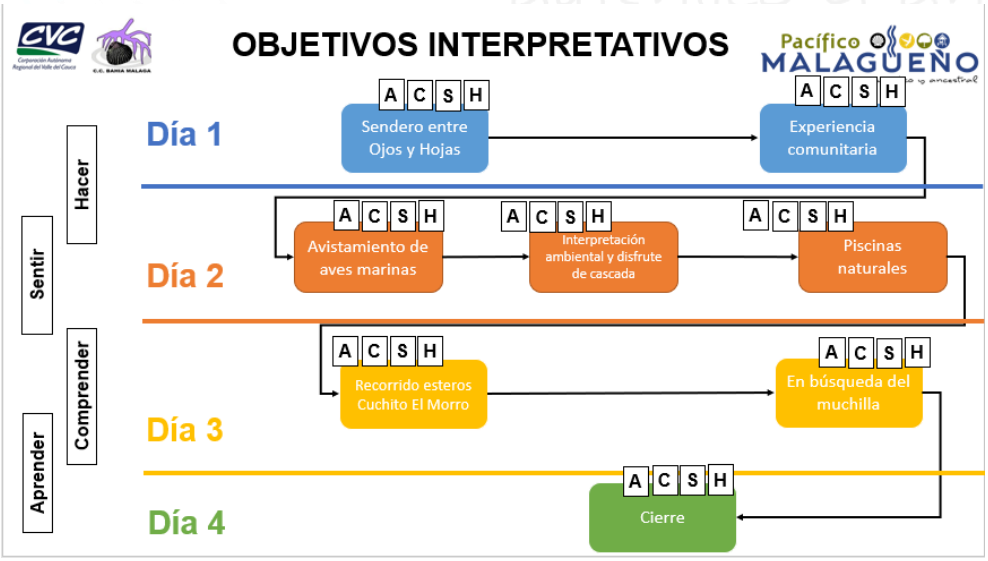
Gráfico 14 Flujograma Ancestralidad



Fuente. Los autores

2.5.2. Autenticidad

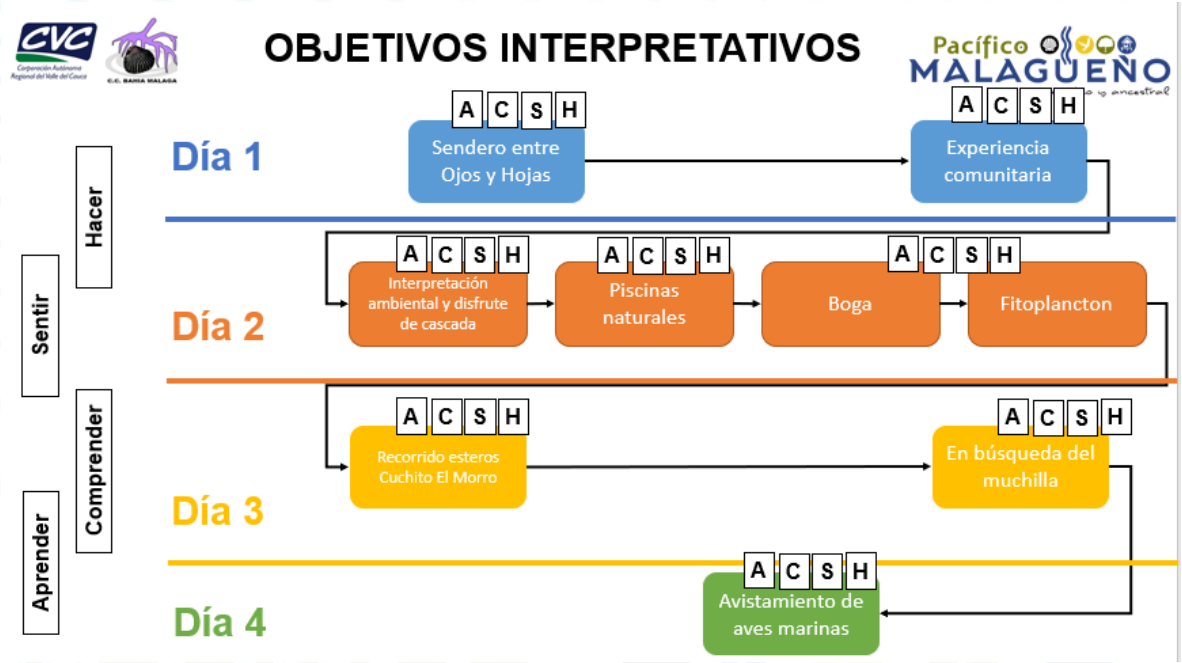
Gráfico 15 Flujograma Autenticidad



Fuente. Los autores

2.5.3. Majestuosidad

Gráfico 16 Flujograma Majestuosidad



Fuente. Los Autores

Cada una de las actividades potenciales, está pensada desde la articulación de los sentidos y con un enfoque desde el comprender la importancia de los valores objeto de conservación y los recursos naturales y culturales, aprender técnicas y valores tradicionales de las diferentes actividades y expresiones de la comunidad negra, despertar los sentidos a través de la conexión con la naturaleza y desde el hacer para aprender y llevarnos un mensaje.

2.6. Análisis de la zonificación del plan de manejo con la planificación turística proyectada

En el año 2015 mediante el decreto 1076 de 2015 se implementó el Plan de Manejo para el Parque Natural Regional la sierpe, en el cual se

establecen los usos del suelo a partir de una zonificación que identifica 4 usos

que se describen a continuación:

Tabla 26 Definición de Zonificación al PNN La Sierpe según el decreto 1076 de 2015

Zona de Preservación (Zonade conservación)	Es un espacio donde el manejo está dirigido ante todo a evitar su alteración, degradación o transformación por la actividad humana. Un área protegida puede contener una o varias zonas de preservación, las cuales se mantienen como intangibles para el logro de los objetivos de conservación. Cuando por cualquier motivo la intangibilidad no sea condición suficiente para el logro de los objetivos de conservación, esta zona debe catalogarse como de restauración.
Zona de Restauración (Zona de Recuperación)	Es un espacio dirigido al restablecimiento parcial o total a un estado anterior, de la composición,estructura y función de la diversidad biológica. En las zonas de restauración se pueden llevar a cabo procesos inducidos por acciones humanas, encaminados al cumplimiento de los objetivos de conservación del área protegida. Un área protegida puede tener una o más zonas de restauración, las cuales son transitorias hasta que se alcance el estado de conservación deseadoy conforme los objetivos de conservación del área, caso en el cual se denominará de acuerdo con la zona que corresponda a la nueva situación. Será el administrador del área protegida quien definirá y pondrá en marcha las acciones necesarias para el mantenimiento de la zona restaurada.
Zona de Restauración parael uso ancestral (Zona de usos ancestrales)	Esta zona además de responder a lo arriba conceptualizado para la Zona de restauración responde a los elementos culturales que caracterizan al PNR por el uso ancestral que las comunidades han hecho de su territorio. Esta zona de restauración contempla aquellas zonas usadas ancestralmente donde la misma comunidad ha llevado a cabo los esfuerzos para restaurar y mantener las áreas denominadas de uso ancestral con base en los valores culturalesasociados a las mismas. En esta zona el enfoque estará dado hacia una restauración natural que proporcione beneficios a la comunidad y a la naturaleza de manera simultánea. Haciendo un uso adecuado a las condiciones del área y considerando actividades productivas y extractivas ancestrales de bajo impacto.

Zona general de uso publico (Zona de asentamientos humanos y de promoción del ecoturismo)	Son aquellos espacios definidos en el plan de manejo con el fin de alcanzar objetivos particularesde gestión a través de la educación, la recreación, el ecoturismo y el desarrollo de infraestructurade apoyo a la investigación. Contiene las siguientes subzonas: a) Subzona para la recreación. Es aquella porción, en la que se permite el acceso a los visitantesa través del desarrollo de una infraestructura mínima tal como senderos o miradores. b) Subzona de alta densidad de uso. Es aquella porción, en la que se permite el desarrollo controlado de infraestructura mínima para el acojo de los visitantes y el desarrollo de facilidades de interpretación.

Fuente: CVC, 2015

En este sentido el parque cuenta con 4 zonas: preservación, restauración, uso ancestral, y de uso público; En la zona de preservación se restringen las actividades turísticas, mientras que en las zonas de restauración se encuentra el ecoturismoy los senderos interpretativos como actividades restringidas; en cuanto a la zona de uso ancestral se define como “todas las actividades contempladas dentro del uso ancestral” y se permite el uso de disfrute relacionado también con actividadesrestringidas como “aprovechamiento con fines comerciales”, en el cual se podría interpretar que el turismo de naturaleza es una actividad de disfrute y de aprovechamiento con fines comerciales; y finalmente la zona de uso público en la cual sepermite el turismo convencional.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó la espacialización geográfica de los atractivos potenciales y la planta turística enla cartografía del área protegida; vale la pena mencionar que la mayoría de las actividades y lugares proyectados para la actividad turística se encuentran fuera del área protegida en la zona de influencia directa en las veredas de Miramar y la Sierpe, otras se encuentran en la zona de uso ancestral (y son actividades derivadas de su cotidianidad), y en zona marítima. Se encontraron algunos sitios con potencial turístico, que se ubican en zonas de

recuperación y otros en zonas de conservación, los cuales no feron incluidos dentro la propuesta de producto turístico.

En la siguiente tabla se identifican los sitios con potencial turístico y su ubicación en el territorio de estudio:

Tabla 27 Recursos turísticos y su ubicación dentro del área protegida y la zona de influencia

Recurso Turístico / Lugar	Atractivo Potencial	Tipo de patrimonio	Grupo	Componente	Uso del suelo
Comunidad La Sierpe	Saberes ancestrales en la recolección del bejuco y la elaboración del canasto	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.10 Las técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos	Área de influencia directa del PNR
Comunidad La Sierpe	Saberes e historia del territorio, poemas y folclor. Conocimientos asociados a la elaboración de bebidas ancestrales y uso de plantas medicinales	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.1 1.6.2 1.6.3 1.6.4 1.6.6	Área de influencia directa del PNR
Sendero Entre Ojos y Hojas	Biodiversidad de Fauna y Flora en el Bosque Húmedo Tropical	2. Natural	2.7 Tierras insulares	.7.9 Otros Bosque Húmedo tropical	Área de influencia directa del PNR
La mesa	Saberes ancestrales asociados a la actividad de pesca.	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.1 Conocimientos y prácticas sobre el	Parque Nacional Natural Uramba Bahía

					Málaga
El morro de concho				universo y la naturaleza	Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga
Comunidad La Sierpe	Conocimientos, saberes y técnicas asociados a la recolección y transformación de alimentos	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.2 La gastronomía y os saberes culinarios	Área de influencia del PNR
Cascada La Sierpe	Ecosistema Estuarino Cascada La Sierpe	2. Natural	2.5 Aguas Lóticas	2.5.1 Cascada, catarata o salto	Uso recreativo
El Cabezón	Ecosistema hídrico	2. Natural	2.5 Aguas Lóticas	2.5.1 Cascada, catarata o salto	Zona de recuperación
Ostional				2.5.1 Cascada, catarata o salto	Uso Ancestral
Charcos de Belén o 3 piscinas				2.5.4 Quebrada	Uso Ancestral
Charcos de Cuchito el Moro				2.5.4 Quebrada	Zona de recuperación
Cascada Escondida				2.5.1 Cascada, catarata o salto	Zona de conservación
La Herradura	Ecosistema manglar Ecosistema hídrico	2. Natural	2.6 Costas litorales 2.5 Aguas Lóticas	2.6.14 Manglar 2.5.4 Quebrada	Uso Ancestral

Alrededor de las comunidades	Microalgas que generan luminiscencia	2. Natural	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	Área de influencia directa del PNR
Isla saca peña	)iversidad de aves yespecies marinas	2. Natural			Fuera del área
Cumblinchera			2.9 Lugares de observación de flora y fauna	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	
Manglares Caracas	Conocimientos ancestrales para la recolección y aprovechamiento sostenible del molusco sangara Anadara Tuberculosa	1. Cultural	1.6 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.1 Conocimientos y prácticas sobre el universo y la naturaleza	Fuera del área
Cuchito el Morro	Esteros y Manglares	2. Natural	2.5 Aguas Lóticas	2.5.2 Esteros	Uso Ancestral
Quebrada Tamborero	Ecosistema hídrico	2. Natural	2.5 Aguas Lóticas	2.5.1 Cascada, catarata o salto	\rea de influencia directa del PNR

A partir de la tabla anterior, se clasificaron los sitios con potencial turísticos de acuerdo al uso del suelo identificado en el plan de manejo, y se relacionan en color rojo las zonas en las cuales no se puede desarrollar turismo; en amarillo las zona con usos restringidos para el turismo, y en verde las zonas que no presentan conflictos con el uso turístico, en las cuales se encuentran las zonas de uso ancestral, la zona general de uso público, el área de influencia directa del parque en las veredas Miramar y la Sierpe y en el área marítima

Tabla 28 Ubicación de los atractivos potenciales de acuerdo con la zonificación del área

Uso del suelo	Lugares identificados
Zona de Preservación (Zona de conservación)	Cascada escondida
Zona de Restauración (Zona de Recuperación)	Cascada el cabezón Charcos de cuchito el morro
e Restauración para el uso ancestral(Zona de usos ancestrales)	Cascada OstionalCharcos de BelénLa herradura
Zona general de uso publico (Zona de asentamientos humanos y de promoción del ecoturismo)	Cascada la Sierpe
Área de influencia directa del parque (veredas Miramar y la Sierpe)	Comunidad de la sierpe Sendero entre ojos y Hojas (bosque húmedotropical) Comunidad de MiramarManglares de Caracas Quebrada el tamborero
Área marítima	La mesa El morro de conchoIsla Sacapeña Cumbilinchera

Fuente: los autores

Para la clasificación anterior se tomó como referencia la siguiente tabla, en la cual se identifican los usos permitidos, lasactividades permitidas, las actividades restringidas y las actividades prohibidas en el Parque Natural Regional la Sierpe.

Tabla 29 Usos permitidos en el Parque Natural Regional la Sierpe

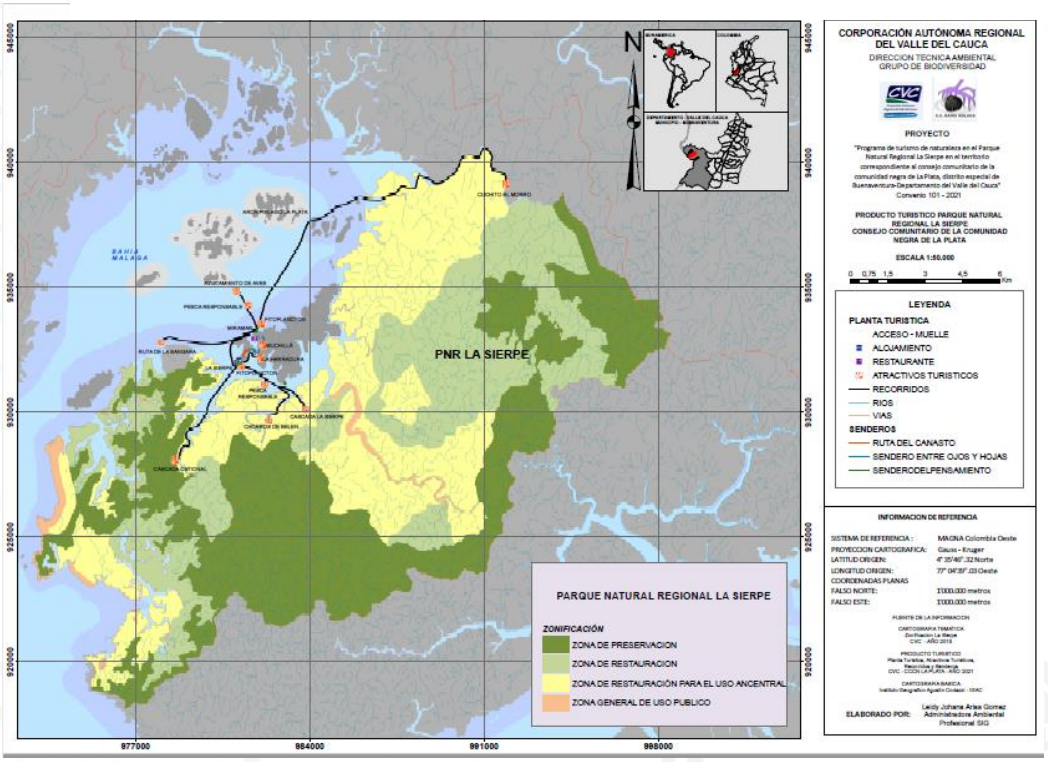
	preservación Usos de Conocimiento	(la comunidad) • Hacer inventarios de biodiversidad • Monitoreo • Educación • Reconocimiento y sondeo(grupos pequeños)	(con permiso)	• Cazar • Llevar turistas • Extracción de muestras
Zona de Preservación				
Zona de Restauración	Usos de restauración Usos de disfrute Usos de Conocimiento	• Repoblamiento del bosque • Reconocimiento y sondeo • Monitoreo • Investigación comunitaria y científica con visión étnica y cultural Inventarios de biodiversidad	• Recoger plantas medicinales • Educación • Ecoturismo • Análisis de capacidad de carga • Senderos interpretativos	• Corte de madera • Cazar • Camping
Zona de Restauración para el Uso Ancestral	Usos de restauración Usos de disfrute Usos de Conocimiento Usos Ancestrales	• Repoblamiento del bosque • Reconocimiento y sondeo • Monitoreo • Investigación comunitaria y científica con visión étnica y cultural • Inventarios de biodiversidad • Todas las actividades contempladas dentro de la definición de Uso Ancestral	• Aprovechamiento con fines comerciales	• Prácticas agrícolas incompatibles con la conservación. • Prácticas de pesca, cacería, corte de madera y recolección incompatible con la conservación.

Fuente: Plan de manejo del PNR La Sierpe

Teniendo en cuenta lo anterior, tanto la cascada escondida y la cascada el cabezón, como los charcos de cuchito el morro,presentarían conflicto de uso del suelo de acuerdo con la zonificación y no se tendrán en cuenta para el diseño del productoturístico.

Se anexan al presente documento una plancha cartográfica a partir del shapefiles de escala de 1:150.000 proporcionado por la CVC **(Anexo 7)**, en la cual se georrefencian los sitios con potencial turístico, además de la infraestructura para la prestación deservicios turísticos como alojamientos, restaurantes, muelles que vale la pena anotar se encuentra fuera del área protegida.

Ilustración 6 Mapa base del producto turístico del Parque Natural Regional la Sierpe



Fuente: equipo consultor

Finalmente, a partir del uso del suelo y de los lugares identificados para la realización de posibles actividades turísticas, en la siguiente tabla se identifican según el uso del suelo la tipología de subproductos de turismo de naturaleza proyectados en el área.

Tabla 30 Subproductos de turismo de naturaleza según el uso del suelo permitido

Uso del suelo	Lugares identificados	Subproducto
Zona de Preservación (Zona de conservación)	Cascada escondida	No es permitido el uso turístico
Zona de Restauración (Zona de Recuperación)	Cascada el cabezón Charcos de cuchito el morro	Ecoturismo – restringido Ecoturismo – restringido
Zona de Restauración para el uso ancestral(Zona de usos	Cascada Ostional Charcos de BelénLa Herradura	Ecoturismo Ecoturismo

ancestrales)		
Zona general de uso público (Zona de asentamientos humanos y depromoción del ecoturismo)	Cascada la Sierpe	Ecoturismo
Área de influencia directa del parque (veredasMiramar y la Sierpe)	Comunidad de la sierpe Sendero entre ojos y Hojas (bosque húmedo tropical) Comunidad de Miramar Manglares de Caracas Quebrada el tamborero	Artesanía, Gastronomía y Tradición oral Ecoturismo No aplica Etnoturismo Etnoturismo
Área marítima	La mesa El morro de concho Isla Sacapeña Cumbilinchera	Etnoturismo Etnoturismo Ecoturismo Ecoturismo

Fuente: Equipo consultor

2.7. Percepción comunitaria y del cliente

2.7.1. Validación del producto turístico y la marca por parte de la comunidad

Teniendo en cuenta y resaltando que la construcción de la marca y

paquetes turísticos se realizaron en un proceso de co-creación con la comunidad y el equipo profesional de consultoría mediante el desarrollo de tres (3) talleres continuos en el territorio. Lo diseñado bajo el nombre de “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral”, fue pre-validado, re-diseñado, adaptado y avalado por la misma comunidad quien con sus aportes permitieron la creación definitiva de la imagen gráfica y los paquetes turísticos propuestos.

Así entonces, se logra validar por medio de la aplicación de una corta pero precisa encuesta su percepción, en donde participaron 21 encuestados pertenecientes a la cadena productiva y de valor de la prestación del servicio turístico de las comunidades de La Sierpe, Miramar, Mangaña y La Plata.

2.7.1.1.1. Definición de la marca

2.7.1.1.2. Introducción a la marca

Una marca es más que un logo. Una marca es el modo en el que un destino se expresa, siente y piensa sobre sus habitantes, el territorio y la cultura.

Una marca está compuesta por diversos puntos de contacto: Producto, servicio, comunicación, punto físico, cultura organizacional y más. Precisamente, en cada uno de estos puntos de contacto existen diversos comportamientos que conectan al destino con el viajero. Es por ello que debemos comenzar por conocer en dónde estamos y a dónde queremos llegar; y para definirlo necesitamos aplicar un proceso de análisis, en donde nos internamos en el destino, conocemos a los habitantes y su cultura; permitiéndonos descubrir y diferenciar entre lo que queremos ser y lo que realmente somos.

2.7.1.1.3. Criterios de una buena marca

SIMPLE

Cuando una marca es sencilla es más fácil de recordar. Cuanto más fácil sean de procesar las imágenes, a nuestro cerebro le gustan más. Las formas simples que se enmarquen entre figuras geométricas y reconocibles contribuyen a que la marca sea fácilmente recordada.

PRÁCTICA

Que sea detectable a través de todos los puntos de contacto. Aspectos como las reducciones en diferentes tamaños, que se pueda distinguir a un solo color, que funcione en situaciones adversas, que tenga flexibilidad a la hora de convivir con imágenes, colores, composición u otras técnicas creativas.

PERDURABLE

Una buena marca en lo posible debe ser atemporal, envejecer lentamente y estar vigente varios años. Seguir tendencias temporales garantizan su caducidad, además que si nos pasamos de modernos corremos el riesgo de que pase de moda, y si lo hacemos anticuado puede que no interese por la connotación negativa desfasada que puede conllevar.

DESEABLE

Que establezca una conexión emocional con las audiencias. Es decir, que la marca habla de lo que somos y tiene que estar acorde con los valores que se quieren transmitir y adecuada al sector en el que se compite. No que se tenga que mostrar explícitamente la actividad del destino en su logo.

DISTINTIVA

Al representar algo único y relevante se destacará y se diferenciará de la competencia sin caer en lo inadecuado, es decir, si tiene un atractivo, además de lo estético o visual, se verá diferente y no caerá en la mediocridad o en lo evidente. Debemos valorar en qué casos es necesario y en qué grado romper con el paradigma, pues puede tener efectos secundarios.

2.7.1.1.4. Análisis y definición de la marca

El equipo consultor hizo una inmersión en el destino para descubrir principalmente qué es lo que lo hace especial y lo diferencia de otros destinos.

Como herramienta para este análisis realizamos además tres (3) talleres con la participación de las comunidades de La Sierpe, Miramar, Mangaña y La Plata. (Ver Anexo 2). Los hallazgos de este estudio son los pilares que soportan el concepto y la expresión de la marca.

2.7.1.1.5. Situación

El Parque Natural Regional La Sierpe es un territorio colectivo y ancestral que sirve como lugar de conservación de los ecosistemas y su biodiversidad, y la preservación de la cultura malagueña, así como de garantizar la oferta de bienes y servicios ambientales a las comunidades negras ubicadas en la zona.

Con toda esta oferta se pretende brindar actividades de turismo de naturaleza y cultura a viajeros que están en búsqueda de vivir experiencias auténticas desde adentro, frente a frente a los anfitriones, con el fin de explorar

su territorio y de compartir vivencias reales propias de las comunidades negras y bajo los parámetros de la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica.

2.7.1.1.6. Objetivo y enfoque

Crear una imagen de marca de producto turístico singular, limpio, legible y natural como el destino, con énfasis en el aspecto sostenible para generar una identidad atractiva y llamativa para el viajero.

Crear un estilo que armonice con la realidad del destino y refleja calidez, y una expresión alegre y noble como es el trabajo del pescador, el motorista, la pianguera, y otros oficios ancestrales que se traducen en la conservación de la naturaleza y los valores culturales, y enseñe la relación de la naturaleza con los habitantes del territorio.

2.7.1.1.7. Atributos de la marca

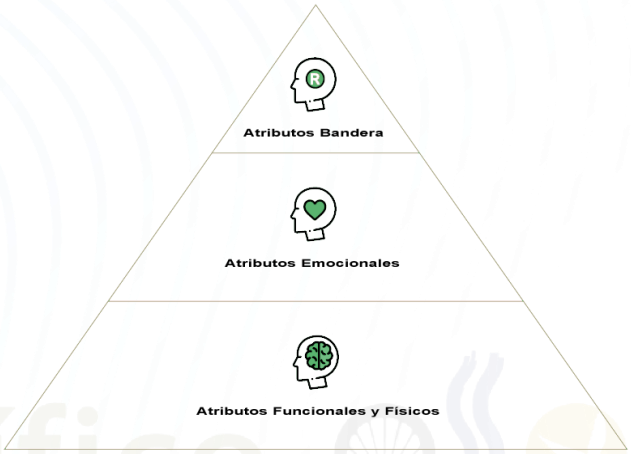
Un territorio y sus habitantes proporcionan una serie de beneficios a los viajeros. En este sentido llevamos a definir cuáles son los atributos que hacen especial al PNR La Sierpe por medio de tres niveles de atributos:

1. **Atributos Funcionales:** Que son los tangibles y palpables por el viajero.

2. **Atributos Emocionales:** Que son las sensaciones o el sentir que despiertan el interés de quienes nos visitan.

3. Atributos Bandera: Que son los que debe proyectar la marca y que son la suma del primer atributo funcional y el principal atributo emocional para conseguir que la promesa de la marca sea equilibrada.

Gráfico 17 Atributos Bandera



Atributos funcionales

Funcionales:

- Entrega a los viajeros conocimiento propio de las comunidades negras por medio de actividades experienciales.
- Entrega precios accesibles.
- Entrega un servicio personalizado y con calidez local.
- Ofrece alojamiento para diferentes tipos de viajeros.
- Ofrece productos elaborados con elementos propios de la zona, como las cocadas, canastos, réplicas de remos en madera, entre otros.

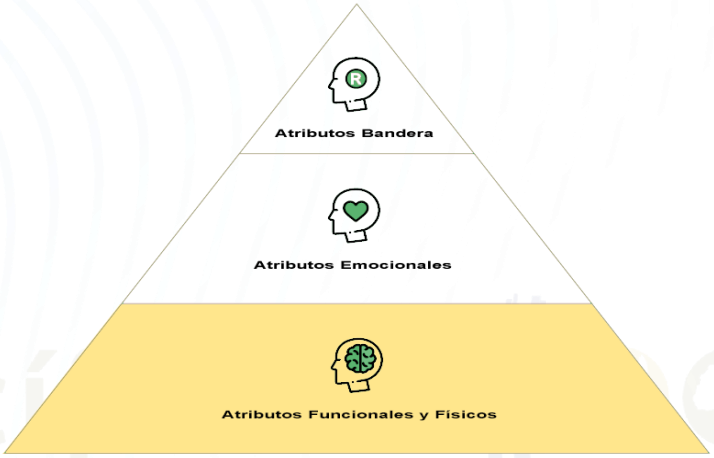
- Ofrece recorridos y actividades experienciales en torno a la naturaleza, la cultura y las tradiciones.
- Ofrece alimentación tradicional.
- Cuenta con una agencia operadora de turismo comunitario ubicada en La Sierpe denominada Biotur, que posee una página en Instagram con 797 seguidores, 95erfil95k con 576 seguidores, un 95erfil de empresa en https://emprendimientosuramba.co/biotur/quienes-somos/, así como alianzas estratégicas con la agencia operadora Awake y un agente independiente en la ciudad de Cali.
- Brinda descanso, tranquilidad y conexión con la naturaleza.

Físicos:

- Dos comunidades veredales (La Sierpe y Miramar) organizadas bajo el Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de la Plata Bahía Málaga.
- Cinco (5) unidades habitacionales para el turista. Dos (2) ubicadas en La Sierpe con 10 habitaciones y tres (3) ubicadas en Miramar con 15 habitaciones. Con capacidad para alojar 75 personas. Habitaciones con baño privado (La Sierpe), habitaciones con baño compartido (Miramar).
- Dos restaurantes que además funcionan como salón para reuniones y eventos.

- Equipos para la práctica de Kayak (5 Kayaks dobles: 4 en La Sierpe y 1 en Miramar).
- Embarcaciones para la realización de actividades fluviales y el transporte de pasajeros.

Gráfico 18 Atributos funcionales



Atributos emocionales

Valorados por el viajero:

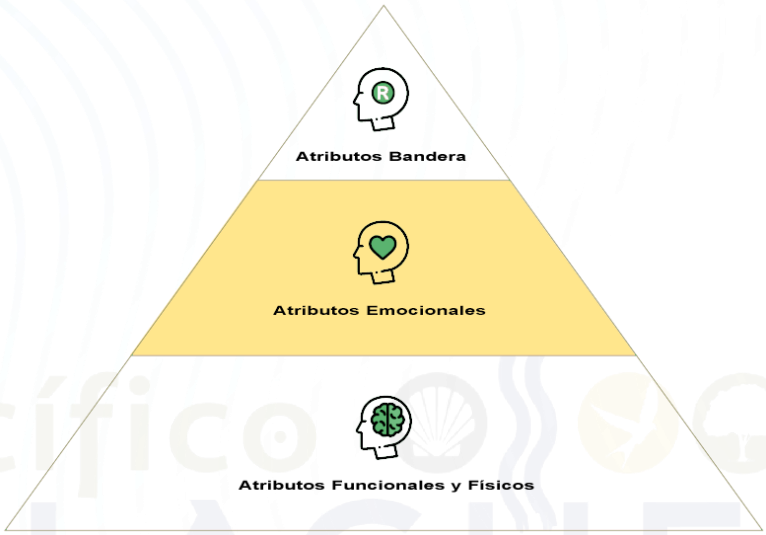
- Amabilidad y hospitalidad.
- Comprometidos con la conservación y el cuidado del territorio.
- Apasionados al compartir su cultura y tradición.

Emocionales y diferenciadores por el viajero:

- Actividades experienciales auténticas y propias de la cultura.

- Paisajes diversos, amaneceres sonoros y atardeceres coloridos.
- Tradición oral encantadora y cautivante.
- Cocina fresca, que satisface y deleita.

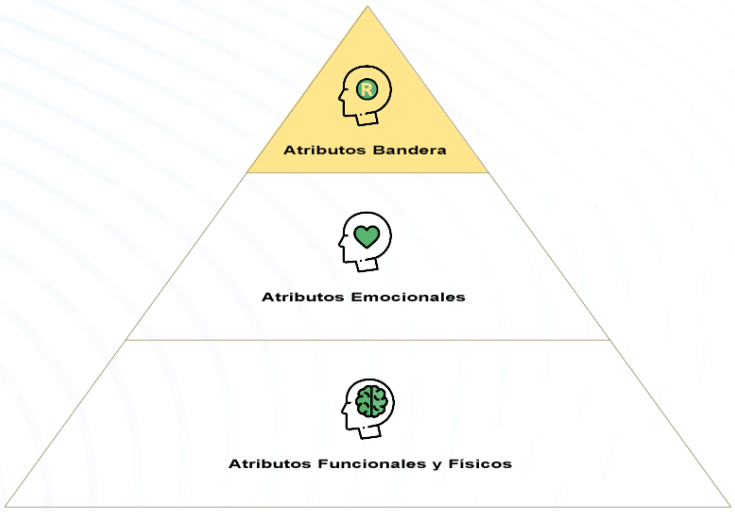
Gráfico 19 Atributos emocionales



Atributos bandera

Recordemos que son los que deben proyectar o comunicar la marca y que son la suma del **primer atributo funcional y el principal atributo emocional** para conseguir que la promesa de la marca sea equilibrada y se cumpla.

Gráfico 20 Atributos bandera



2.7.1.1.8. Atributos identificados

Gráfico 21 Atributos identificados

2.7.1.2. Personificación de la marca

La personalidad de marca es el conjunto de **características emocionales** y asociativas que conectan al PNR La Sierpe. Estas modelan la forma en cómo los viajeros se **sienten e interactúan con la marca de producto turístico a crear**. Con frecuencia la personalidad de marca refleja nuestra personalidad con los clientes objetivo. Es decir, son **nuestros valores los que nos hacen únicos.**

Es por eso que según los cuestionamientos hechos a los habitantes del PNR La Sierpe para la construcción del Brief, indagamos ¿Si la marca fuera una persona, cómo la definiría? ¿Cuáles serían esos atributos que caracterizan su forma de actuar?, si fuera un animal ¿Cuál sería? ¿Por qué?, entre otras preguntas hechas.

Fue así como los habitantes del territorio ayudaron a **identificar una cantidad de atributos** asociados a la marca de producto, para luego sintetizar el ejercicio **categorizándolos** y creando grupos similares o sinónimos, y así considerar los **atributos más representativos** de cada grupo, definiendo la **personalidad de la marca** que guiará el proceso de diseño y de todas las acciones de comunicación del producto turístico creado.

Ilustración 7 Personalidad de la marca

Segura

Vivimos en una comunidad tranquila y respetuosa con el viajero. Nuestro territorio es un lugar lleno de vida y paz.

Diferente

Sabemos que vivimos en medio de una riqueza biodiversa, además de una cultura única y ancestral.

Cálida

Irradiamos buena energía, una sonrisa y atención personalizada en las diferentes actividades experienciales de naturaleza y cultura.

Tranquila

Somos lo que somos, pacíficos. Poseemos un territorio que permite el

descanso y disfrute rodeado de la naturaleza.

Emotiva

Nos mueve el sentir, cuando atendemos al viajero le hablamos desde nuestra emoción por compartir lo que somos.

Sostenible

Permanecemos en el territorio, conservando y cuidando la naturaleza. Respetamos nuestra ancestralidad y trabajamos en comunidad.

2.7.1.3. Percepción, concertación y creación conjunta de la marca

Luego de examinar los resultados obtenidos en los talleres iniciales y enmarcados por los atributos de la marca identificados, se creó una propuesta de nombre y slogan, bajo el título “PACÍFICO, Auténtico y Ancestral”. Éste se puso en consideración y fue aceptado por la comunidad.

Ilustración 8 Propuesta de nombre y slogan

Sin embargo, a este le fue agregado por la comunidad la palabra “MALAGUEÑO” junto a la de “PACÍFICO”, dejando clara la ubicación territorial del destino y la identificación de sus habitantes.

Además del análisis realizado por medio de los talleres con la comunidad y el análisis técnico de los resultados obtenidos de los mismos, realizamos un último

taller de validación del nombre y creación comunitaria de los elementos visuales que acompañarían dicha creación. Aquí se les solicitó a los participantes dibujar sobre la palabra **“PACÍFICO MALAGUEÑO, Auténtico y Ancestral”**. Obteniendo los siguientes elementos y registros gráficos.

Ilustración 9 Talleres Comunitarios de Co-creación y validación de marca y paquetes turísticos

Taller #1

Fuente: los autores

Ilustración 10 Taller #2 y #3

Ilustración 11 Elementos graficados por la comunidad de La Plata

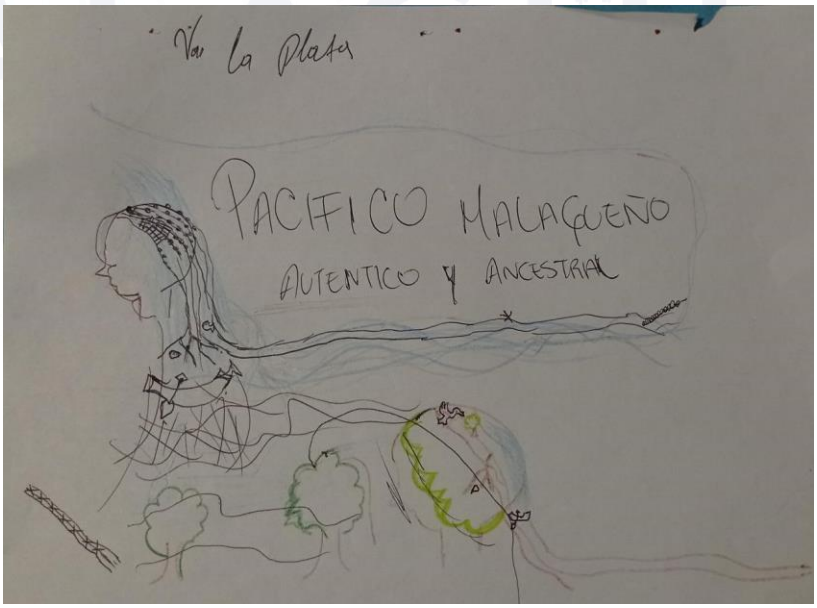


Ilustración 12 Elementos graficados por la comunidad de La Sierpe

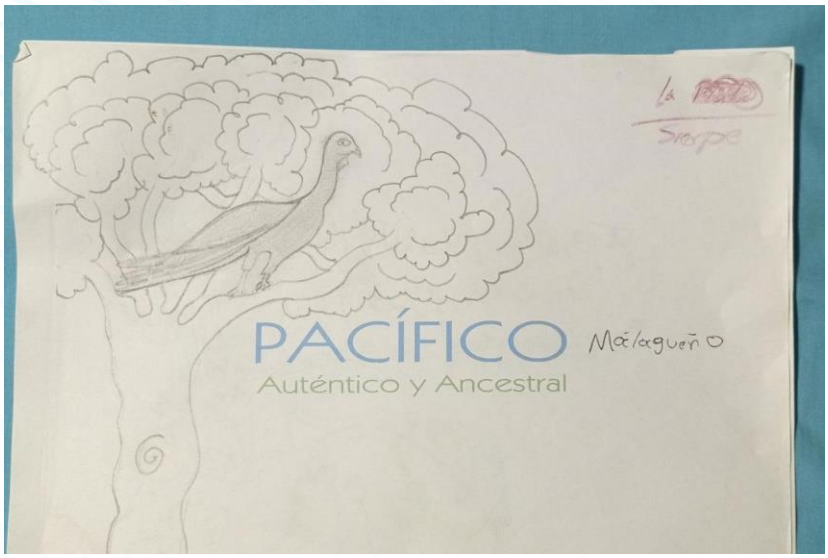


Ilustración 13 Elementos graficados por la comunidad de Magaña

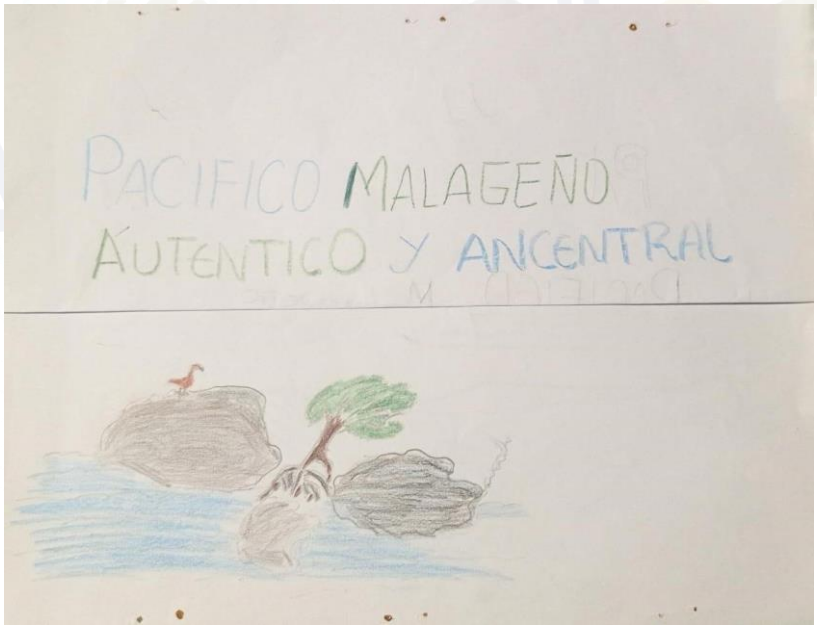
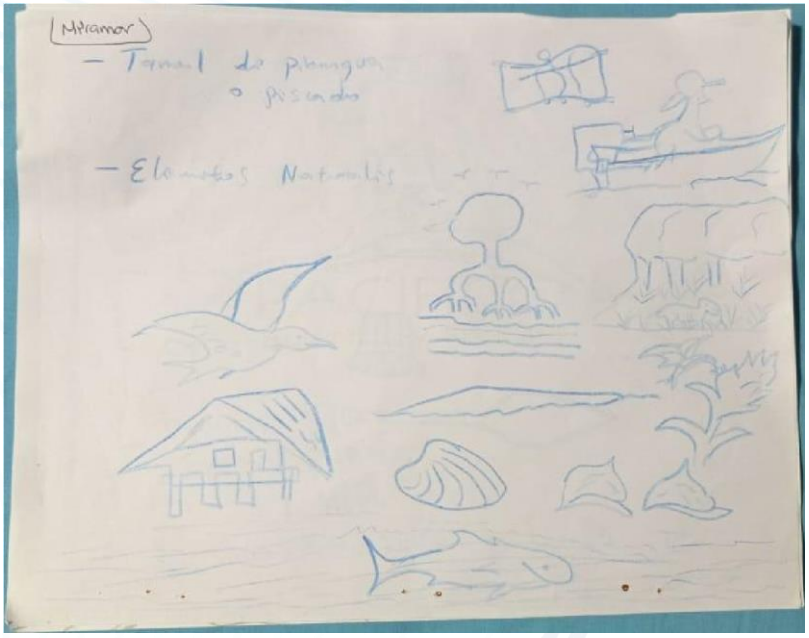


Ilustración 14 Elementos graficados por la comunidad de Magaña



2.7.1.3.1. Resultados del ejercicio

En este ejercicio se obtuvo información valiosa que nos permitió tomar elementos que todas las comunidades expresaron en sus dibujos. Aquí los más relevantes:

- Se confirman los colores azul y verde como los predominantes en el diseño y se suma el color **negro** como una representación de las comunidades negras que habitan el territorio, así como el color **amarillo** en representación de la luz irradiada por el sol.
- Se identificaron elementos propios del territorio y la comunidad que fueron expuestos en las representaciones gráficas y que han sido implementadas en el presente diseño:

- Árboles: Como hábitat y proveedor de alimento de muchos de los animales del bosque, así como proveedores de la madera con la que la comunidad construye sus casas, canoas y canaletes, entre otros. Además de embellecer y ser el pulmón del mundo.
- Aves: Son identificadas como uno de los seres vivos más importantes del bosque, gracias a la diseminación de semillas y la polinización, entre ellos los colibríes, tucanes y pavas. Además de alegrar los días con sus cantos y colores.
- Los moluscos: La zangara y la piangua, frutos del mar, que son indispensables y hacen parte de la dieta ancestral de los habitantes del territorio.
- Cascadas: Un ícono del territorio y elemento que consideran indispensable a la hora de hablar del destino, principalmente Los Chorros de Belén (Cascada La Sierpe).
- El ser humano y su presencia: Como parte integral del territorio y quien convive, coopera y coexiste junto a la naturaleza y es el llamado a preservar la cultura ancestral.

2.7.1.3.2. Imagen definida de la marca

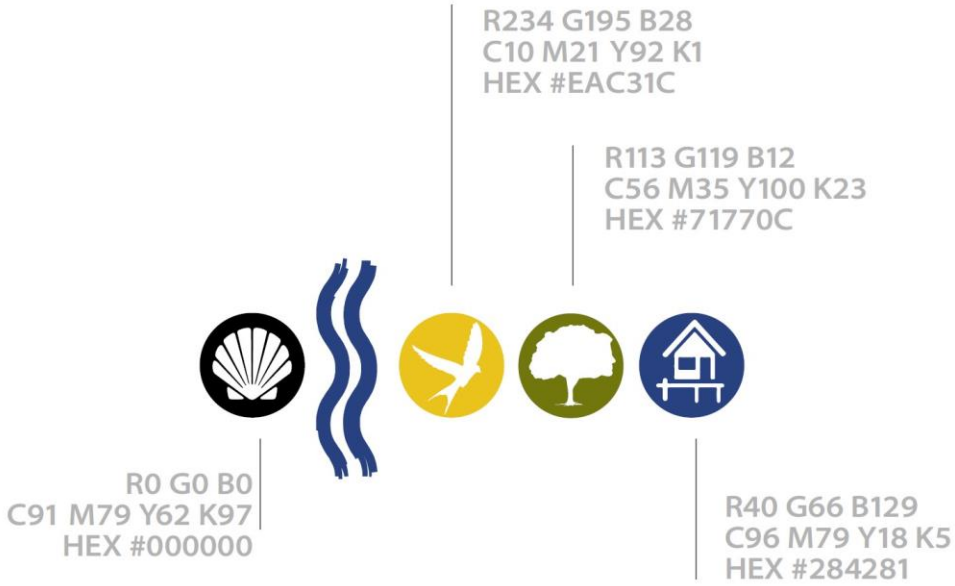
Como resultado definitivo se presenta la siguiente representación gráfica bajo la tipología de Logo-Símbolo (Todos los elementos o signos identificadores están formalmente integrados y constituyen una sóla unidad gráfica).

Ilustración 15 Resultado representación gráfica

2.7.1.3.3. Análisis cromático

Como parte de nuestro estudio y el trabajo conjunto con la comunidad, analizamos la paleta cromática para elegir los colores de la marca con el objetivo de evidenciar las preferencias de la comunidad expresadas en el numeral anterior, los colores característicos relacionados con el territorio y su armonía gráfica. A continuación, los códigos según formato a utilizar:

Ilustración 16 Códigos según formato



Así mismo, y sumado a la interpretación que la comunidad dió a cada color, se analizó la personalidad de los colores para denotar un valor característico relacionado con el territorio y sus habitantes.

Ilustración 17 Personalidad de los colores

2.7.1.3.4. Construcción tipográfica

Identificamos que uno de los valores más importantes del territorio es la ancestralidad, en otras palabras, su herencia mantenida de generación en generación. Por ello decidimos utilizar una serifa única y especial enfocada en la palabra “MALAGUEÑO”, así como su contraste con dos fuentes conexas dispuestas de manera legible y armoniosa al trabajar contrastes equilibrados, y con pesos que denotan una unidad más compacta entre lo natural y descriptivo.

Fuentes utilizadas:

Ilustración 18 Fuentes utilizadas

Aplicaciones, versiones de color.

La marca fue diseñada para cumplir con los criterios requeridos de una

buena imagen: simple, práctica, perdurable, deseable y distintiva. En este sentido se muestra como puede ser utilizada en diferentes versiones de color en relación con el fondo, donde este ultimo resalta los colores propios de la marca.

Ilustración 19 Fondos de la marca

2.7.2. Percepción de la marca y producto turístico por parte del cliente

Teniendo en cuenta y resaltando que la construcción de la marca y paquetes turísticos se realizaron en un proceso de co-creación con la comunidad y el equipo profesional de consultoría mediante el desarrollo de tres (3) talleres

continuos en el territorio. Lo diseñado bajo el nombre de “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral”, fue prevalidado, re-diseñado, adaptado y avalado por la misma comunidad quien con sus aportes permitieron la creación definitiva de la imagen gráfica y los paquetes turísticos propuestos.

Así entonces, se logra validar por medio de la aplicación de una corta, pero precisa encuesta su percepción, en donde participaron 21 encuestados pertenecientes a la cadena productiva y de valor de la prestación del servicio turístico de las comunidades de La Sierpe, Miramar, Mangaña y La Plata. Obteniendo el siguiente resultado, que demuestra la alta aceptación de lo propuesto.

Tabla 31 Resultado de percepción

RESULTADO DEL CUESTIONARIO PARA VALIDAR LA PERCEPCIÓN DE LA MARCA DESTINO Y DE PRODUCTO PRN LA SIERPE

➢ Indique, por favor, su opinión respecto a su decisión de aprobación de los diseños presentados. **Siendo: 1= totalmente en desacuerdo; 7= totalmente de acuerdo**

PREGUNTAS		1	2	3	4	5	6	7	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN
1	¿Cree usted que la imagen propuesta proyecta los elementos identificados durante los talleres comunitarios de creación de marca?	0	0	0	0	2	4	8	100.00%
2	¿Está usted de acuerdo con los elementos propuestos?	0	0	0	1	0	3	10	92.86%
3	¿Está usted de acuerdo con los colores propuestos en el diseño?	0	0	0	0	2	3	9	100.00%
4	¿Cree usted que la imagen propuesta realmente representa el destino y producto turístico del PRN La Sierpe?	0	0	1	0	2	6	5	92.86%
5	¿Encuentra en los paquetes turísticos propuestos los atractivos y actividades definidas durante los talleres comunitarios?	0	0	0	0	2	6	6	100.00%
6	¿Está usted de acuerdo con los paquetes propuestos?	0	0	1	1	4	3	5	85.71%

Fuente: los autores

Se puede satisfactoriamente decir, que la marca y productos co-creados con la comunidad tuvieron una gran aceptación por los mismos, en donde la calificación superior a 5 en la mayoría de las preguntas permite corroborar que

más del 85% de los encuestados están de acuerdo con lo propuesto. Además, en ningún caso se tuvo una calificación de 1 o 2 manifestando total desacuerdo.

Es determinante resaltar que el proceso de construcción de marca y paquetes turísticos para el Parque Natural Regional La Sierpe dista muchísimo de la forma tradicional y técnica con que se realizan otros procesos de construcción y posterior validación de los mismos. En donde la percepción del cliente potencial y personas externas al territorio toman gran relevancia, al punto incluso de generar retrocesos en el rediseño de la misma marca y los paquetes o productos construidos para el destino. Por ello se retoma lo dicho en el punto anterior “Lo diseñado bajo el nombre de “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral”, fue pre-validado, re-diseñado, adaptado y avalado por la misma comunidad quien con sus aportes permitieron la creación definitiva de la imagen gráfica y los paquetes turísticos propuestos”. En este sentido la percepción del cliente potencial referente a la representación gráfica de la marca contempló dos preguntas realizadas a través de una encuesta en donde se enfatizó principalmente en recopilar información para el análisis del mercado potencial y así mismo validar el producto propuesto y construido con la comunidad. Para ello se debe dirigir al “Análisis del mercado potencial” (Plan de Mercadeo).

Validación de la marca

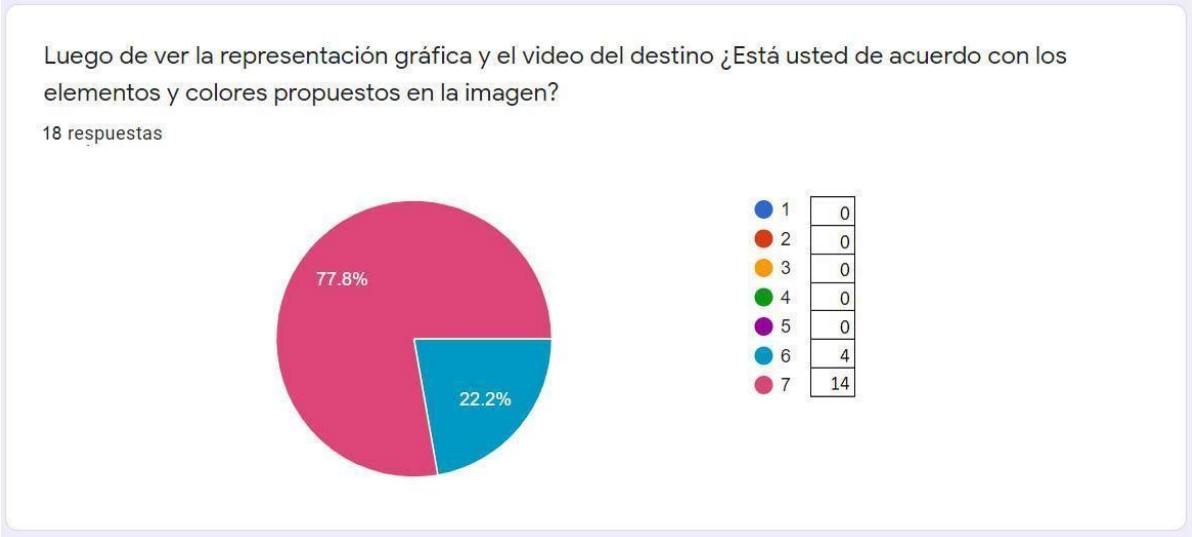
Tomando las dos últimas preguntas hechas en la encuesta utilizada para el análisis del mercado potencial se valida a continuación la marca “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral”

Ilustración 20 Percepción de diseño de marca

Grado de aceptación de los elementos y colores de la representación gráfica

Al igual que en la validación de la comunidad, la marca fue satisfactoriamente percibida por los clientes potenciales. Mejor aún, con una calificación superior a 6 y sin ninguna calificación que mostrará mediano o total desacuerdo con lo propuesto.

Gráfico 22 Percepción de colores



Fuente: los autores

Grado de relación entre la imagen, el destino y el producto turístico

Además de los colores y elementos gráficos de la marca, las agencias encuestadas validaron positivamente su representación y relación con el destino y el producto turístico. Igual que el punto anterior, con una calificación superior a 6 y sin ninguna calificación que mostrará mediano o total desacuerdo con lo propuesto.

Gráfico 23 Percepción de imagen

Fuente: los autores

2.8. Definición del perfil del visitante

2.8.1. Contexto general, ocho (8) características del turista responsable de naturaleza o ecoturista.

Investigación titulada “Turismo Responsable: el caso de Costa Rica”, Ana Báez, 2018.

1. Interesado en tener contacto directo con la naturaleza.

Buscan sitios alejados de las grandes ciudades donde puedan nutrirse de la paz y energía que representa estar en contacto con áreas naturales, así como su flora y

fauna. En ocasiones sacrificando su bienestar y comodidad personal, debido a que estos lugares pueden no contar con centros de hospedaje o espacios cómodos para descansar y asearse.

2. Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (que busca un intercambio cultural).

Le gusta tener contacto directo con la gente local, platicar con ellos, intercambiar experiencias, consumir alimentos típicos, en fin, todo aquello que represente una oportunidad para conocer la cultura local. Aprecia conocer formas diferentes de ver la vida a la suya y antes que criticarlas o juzgarlas, aprende a respetarlas.

3. Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico.

Colabora en lo que puede. Si se trata de apoyar en labores de la comunidad receptora, lo hace con gusto, si está haciendo una excursión con un grupo de personas apoya a los que lo necesiten, si se trata de una emergencia, hace su mejor esfuerzo por ayudar a los demás.

4. Generalmente educado y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar.

Un estudio de la Secretaría de Turismo en México identificó que aproximadamente el 70% de los Ecoturistas nacionales y 80% extranjeros tienen estudios universitarios, lo que representa un nivel de educación más alto que el turista tradicional; además son personas a las que les gusta estar informadas y antes de viajar investigan sobre la historia y geografía del destino a visitar.

5. Cuidadoso de su condición física y anímica

Realizar turismo de naturaleza o ecoturismo implica muchas veces desplazarse

largas distancias caminando o en un transporte no motorizado por caminos que pudieran ser accidentados o con las dificultades que pudiera representar estar al aire libre, por lo que el Ecoturista debe tener la condición física y mental para poder sortear posibles complicaciones que se presenten.

6. Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad

Como ya lo mencionamos, más que estar encerrado en una habitación o pasando el tiempo en una alberca como lo hacen los turistas de “sol y playa”, el Ecoturista busca relacionarse con otras personas y si se presenta la oportunidad, hacer amistades.

7. Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad

Contrario a disfrutar del turismo de masas y a la convivencia con grandes grupos de personas, el Ecoturista busca lugares menos concurridos; consecuencia de esto, el servicio que recibe es más personalizado y con el distintivo de calidad que otros lugares no podrían ofrecer.

8. Se permite colaborar con iniciativas para un mejor manejo de desechos, reducción del consumo de agua y energía y cualquier otro esfuerzo para disminuir el impacto negativo

Una de las características más importantes en el Ecoturista es su conciencia ambiental y social. No se limita a evitar dañar la comunidad que visita, sino que quiere dejar huella positiva, busca la manera aportar y mejorar el destino.

2.9. Descripción y delimitación del producto turístico y sus subproductos

El diseño de producto turístico del destino Parque Regional Natural La Sierpe se basa en un proceso que consideró además de los aspectos técnicos propios de nuestra consultoría, la completa participación de los actores involucrados del territorio, a fin de garantizar que los resultados del mismo sean reconocidos, apropiados y tengan sostenibilidad en el tiempo, esto aplicando la premisa de que cuando los actores son parte de la construcción de algo, se sienten empoderados e impulsarán su implementación.

El diseño en sí considera la articulación de atractivos y servicios, bajo una experiencia y un precio general que se presenta para análisis de los operadores turísticos, quienes sobre esta base podrán estructurar sus propios paquetes turísticos a mercados especializados. El proceso participativo de diseño de productos se desarrolla con el fin de fortalecer la cadena de valor del sector turismo, y garantizar que todas las fases de prestación de servicios cumplan con niveles óptimos de calidad, que permitan mejorar la competitividad del producto y del destino en sí. Es aquí cuando se evidencia la necesidad de sumar esfuerzos y crear sinergias entre los actores, incluso entre los que pueden ser considerados tradicionalmente como competencia; al trabajar en esquema de cadena de valor, todos los actores son socios estratégicos. Es importante, además, considerar información de mercado como la de segmentos a los que nos vamos a dirigir ya que dictan las directrices del posterior plan de mercadeo y promoción.

2.9.1. Elementos para el desarrollo del concepto de los productos turísticos

Para la identificación de los productos turísticos del Parque Regional Natural La Sierpe se llevaron a cabo las siguientes actividades:

Tabla 32 Elementos para el desarrollo del concepto de los productos turísticos

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
Análisis del potencial del destino a través de las líneas de Producto Turístico, basado en el prediagnóstico.	Tras un análisis de los elementos para la estructuración del producto y con los resultados obtenidos, se logró identificar los tipos de turismo que pueden ser sustentados con el contingente actual de atractivos aprovechables.
Clasificación de atractivos turísticos en líneas de producto para el aprovechamiento turístico, basado en la oferta actual.	Partiendo del estudio de la oferta, el análisis de las condiciones del destino y la valoración de la comunidad a los atractivos turísticos, se realiza su clasificación en líneas de producto. Se tiene como resultado la inclusión de atractivos turísticos a las líneas de producto de acuerdo con la estructura nacional.
Recaudo y análisis de información de los actores del territorio por medio de entrevistas y talleres comunitarios.	Con el fin de recaudar la visión e intereses de los actores locales, se llevaron a cabo cuatro (4) talleres de participación abiertos para los actores del sector y la comunidad. Este ejercicio arrojó información que ayuda a sustentar la propuesta de los productos. Se utilizó esta herramienta para la determinación

	de los productos considerados estrellas, con base en las respuestas proporcionadas por los participantes. Se debe recalcar que, esta información proviene de la parte clave de la cadena de valor, los prestadores de servicios y habitantes que trabajan activamente en las cuatro comunidades que hacen parte del Consejo Comunitario de la Comunidad Negra de La Plata Bahía Málaga (La Plata, Mangaña, La Sierpe y Miramar). Ejercicios en donde se obtuvieron insumos que muestran la percepción de los actores sociales frente a la oferta local y el desarrollo del tipo de turismo que buscan impulsar. En este punto, también se consideró la oferta respecto a productos y paquetes turísticos que, actualmente, se encuentran en el mercado.
Conceptualización de Ideas de producto, validación y priorización de iniciativas.	Tras un proceso de organización de la información recaudada a través del inventario turístico y la recolección de información de los actores del sector y la comunidad, se realizó la estructuración de los conceptos de productos, existentes y posibles en el territorio. Se presenta a los actores del sector, especialmente a los prestadores de servicios turísticos, las iniciativas de productos para ser validadas, complementadas y recibir su retroalimentación.

	Partiendo de esta conceptualización y retroalimentación local se realiza el análisis de criterios de evaluación para la priorización de iniciativas, definiendo los conceptos de mayor posibilidad de implementación para el destino.

Fuente: los autores

2.9.2. Identificación de Líneas de Productos, basado en el pre-diagnóstico:

Considerando que los productos son la suma de atractivos, infraestructura, servicios y precio, como primer paso se identifican las líneas y propuestas generales de productos que pudieran haber sido citados en documentos o investigaciones previos en el territorio y otras iniciativas de investigación local.

Referenciando inicialmente el "PROGRAMA DE TURISMO DE NATURALEZA EN SUS FASES DE APRESTAMIENTO Y PRE-DIAGNÓSTICO EN EL PARQUE NATURAL REGIONAL LA SIERPE EN EL TERRITORIO CORRESPONDIENTE AL CONSEJO COMUNITARIO DE LA PLATA" - **(Convenio con la comunidad negra - CVC No. 0216 DE 2017).** Que establece como fundamento y vocación del territorio el desarrollo del Turismo de Naturaleza y el Turismo Cultural, basado en el modelo económico del Turismo Comunitario.

En sus consideraciones plantea como factores de atracción natural y cultural del PNR La Sierpe los siguientes:

Tabla 33 Análisis prediagnóstico Turismo de Naturaleza

PRE-DIAGNÓSTICO EN EL PARQUE NATURAL REGIONAL LA SIERPE
Turismo de Naturaleza
Cascadas, quebradas y charcos
Senderos en el bosque
Ecosistemas marinos
Fauna y flora
Turismo Cultural
Tradición oral
Cocina tradicional
Actividades ancestrales del diario vivir
Artesanías

Fuente: Rivera, et al 2018

2.9.2.1. Turismo de Naturaleza

Cuenta con elementos muy característicos y de reconocimiento nacional como las Cascadas de Belén, mejor conocidas como “Cascada La Sierpe” y la Cascada Ostional, mismos que pueden ser ***atractivos estrella*** que se complementen con actividades alrededor de la cultura y el ecoturismo, para tratar de captar un mayor flujo de turismo receptivo, incluso aprovechando la oferta completaría del DMI La Plata y PNN Uramba Bahía Málaga.

Tabla 34 Tipología de turismo naturaleza

TURISMO DE NATURALEZA

Criterio	**Explicación**
Antecedentes	"El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en el que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales". *(OMT, 2002)*
Importancia	En un mundo que evidencia creciente contaminación, sus habitantes valoran cada vez más el contacto con la naturaleza. La fauna y la flora, más allá de la que se encuentra en los parques naturales y reservas catalogadas, está en su mayoría localizada en los bosques, en las llanuras, en las selvas y en los predios rurales. *Ministerio de industria, comercio y turismo de Colombia "Guía de turismo de naturaleza".*
Sub líneas	**Ecoturismo** El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos

	culturales relacionados con ellos, por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza" *(Colombia – Ley 300, 1996)* **Turismo de Aventura** "El turismo de Aventura son actividades lúdico-recreativas alrededor de los elementos aire, tierra, agua, que generan riesgo controlado en contacto directo con la naturaleza. Se circunscribe a la práctica de actividades de aventura en la naturaleza tales como: parapente, rappel, escalada, rafting o canotaje, barranquismo ó canyoning, ciclomontañismo, cabalgatas, puénting, espeleología, buceo, kayak, hydrospeed y pesca deportiva, entre otros". *(Federación Colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura – FEDEC).* **Turismo Rural** "Se utiliza cuando la cultura rural es un elemento clave del producto. La característica diferenciadora de productos de Turismo Rural es el deseo de facilitar al cliente un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en cuanto posible, permitir su participación en actividades, costumbres, y estilo de vida de la población". *(Organización Mundial del Turismo).*
Actividades	**Turismo POR la Naturaleza:** Es aquel que tiene como motivación principal la

	contemplación, disfrute y/o conocimiento del medio natural, con diferente grado de profundidad, para lo que puede realizar actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales (i.e. Ecoturismo). **Turismo SOBRE la Naturaleza:** Es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos. (i.e Turismo activo deportivo, aventurismo). **Turismo EN la Naturaleza:** Es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades recreativas y de esparcimiento en la naturaleza sin degradarla. Estas actividades no están especializadas en el conocimiento ni en actividades deportivas que usen expresamente los recursos naturales. (i.e Turismo rural, turismo vacacional). *Organización Mundial del Turismo. Adoptado por Colombia en la guía de buenas prácticas para prestadores de servicios de turismo de naturaleza, Programa de Transformación Productiva – Colombia.*
Datos Principales	• El Parque Natural Regional de la Sierpe, según el acuerdo de la declaratoria (055 de 2008). Hace parte de los territorios colectivos de los consejos comunitarios de las comunidades negras de La Plata Bahía Málaga y de Chucheros Ensenada del Tigre. • El Parque Regional Natural La Sierpe se

	encuentra ubicado sobre el Bosque de Transición (Natal, Guandal y Naidizal) y Bosques de la Llanura Aluvial), se caracteriza por especies que toleran niveles freáticos altos, propiedad que facilita una tendencia hacia la homogeneidad de especies.
Atractivos principales	Chorro de Belén, Cascada Ostional, Sendero Miramar la Sierpe, Quebrada Tamborero, Ecosistema natal, Quebrada la Sierpe, Fondos Rocosos, Quebrada la Sierpecita, Terreno los Cholos, Secadero, Manglar frente Los Frutales, Ecosistemas Marinos.

Fuente: los autores

2.9.2.2. Turismo Cultural

Considera la ancestralidad como uno de los factores más representativos de la cultura local, por medio de actividades interactivas alrededor de prácticas culturales como la elaboración de artesanías, bebidas y cocina tradicional. Entre los que se encuentra el tejido de canastos, la recolección in situ y posterior preparación de platos a base de moluscos como la piangua y el pescado, así como las historias propias de la comunidad malagueña.

Tabla 35 Tipología de turismo cultural

TURISMO CULTURAL

Criterio	**Explicación**
Antecedentes	El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos Atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. *Organización Mundial del Turismo (OMT).*
Importancia	La UNESCO señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que,

	no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales" *(UNESCO, 1982 Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales).*
Sub líneas	**Gastronomía** La gastronomía es mucho más que cocinar. Refleja el patrimonio cultural, la tradición y el sentido de comunidad de cada pueblo y es una forma de fomentar el entendimiento entre diferentes culturas, de acercar a las personas y sus tradiciones. *Organización Mundial del Turismo (OMT).* **Artesanías** Actividad de transformación para la producción creativa de objetos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. La actividad se realiza a través de la estructura funcional e imprescindible de los oficios y sus correspondientes técnicas y está condicionada por el medio geográfico –que constituye la principal fuente de materias primas— así como por el marco sociocultural donde se desarrolla. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas

	religiosa y socialmente. *Ministerio de industria, comercio y turismo de Colombia "Política de turismo y artesanías de Colombia 2009".* **Tradición Oral** Los ancianos, padres, madres o curanderos han sido los encargados de preservar el conocimiento de su cultura. Generación tras generación han compartido diversos tipos de relatos a los pequeños y a los jóvenes ya sea para disfrutar, aconsejar, curar, rezar o formar parte de un ritual. Y que de acuerdo con la UNESCO (2006) entre ellos podemos encontrar cuentos, canciones, mitos, leyendas, versos, rimas, arrullos, dichos, plegarias, rezos, conjuros u otras expresiones comunitarias. Lo más importante para la preservación de las tradiciones y expresiones orales es mantener su presencia diaria en la vida social. También es esencial que pervivan las ocasiones de transmitir conocimientos entre personas, de mantener una interacción de los ancianos con los jóvenes y de narrar relatos en la escuela y el hogar. La tradición oral constituye con frecuencia una parte importante de las celebraciones festivas y culturales, y puede ser necesario fomentar estas manifestaciones y alentar la creación de nuevos contextos. "*Tradición oral como patrimonio cultural intangible de la Ciudad de Texcoco de Mora: Conocer para valorar" Tesis de Licenciatura de González Herrera y Guadalupe Jaquelyne, Universidad Autónoma del Estado de México.*
Actividades	• Recolección de productos del mar y posterior preparación de alimentos. • Elaboración de artesanías.

	• Actividades de tradición oral: Canto y relato de historias.
Datos Principales	• A partir de la Constitución de 1991 y con la expedición de la Ley 70 del 27 de agosto de 1993, que como parte del ordenamiento jurídico nacional reconocen y protegen la diversidad étnica y cultural; así como el derecho fundamental a la igualdad de todas las culturas que conforman la nacionalidad colombiana y determina los esfuerzos institucionales para superar la discriminación racial tomaron un especial impulso. • Se ha incorporado el Ecoturismo y el Etnoturismo a las tareas de planificación territorial, para su desarrollo al interior del territorio. En el aprovechamiento sustentable y armónico con el territorio que incluye las islas, los senderos ecológicos, las caídas de agua a las piscinas naturales ubicadas en las zonas de la Sierpe, Quebrada Alegría y el Morro, que serán aprovechadas de manera especial para actividades ecoturísticas, articulado a los saberes ancestrales y culturales de las comunidades. • La cultura es la mayor riqueza de nuestra gente; es la mayor fortaleza del pueblo negro: su cosmovisión, su lenguaje, sus relaciones sociales, la armonía con la naturaleza, su modo de ser.
Atractivos principales	• Elaboración de artesanías como canastos, canastas, sombreros y sopladores. Artículos en madera: Réplicas de canaletas y canoas.

	• Elaboración de bebidas tradicionales: curao, chicha de maíz, chigua, viche, jugo de borojó, mil pesos, naidí, chapil, don pedrito. • Elaboración de dulces: Pepas, coco, papaya, mil pesos, naidí, crema de viche). • Actividades locales: Recolección de piangua. • Cocina Tradicional: Tapao, pescado con papa china, ceviche de piangua, patacón de banano primitivo, encocao de jaiba, encocao de cangrejo, encocao de piangua. • Oralidad: Música, conocimiento ancestral, prácticas medicinales, Mitos y leyendas.

Fuente: los autores

Identificación de Líneas de Productos, basado en la oferta. Portafolio comercial de Operadores Turísticos.

Se recopila información de la oferta actual del destino con miras a entender lo que las operadoras de turismo locales están comercializando en el territorio y sus alrededores. Se realiza el análisis sobre la oferta existente de las operadoras turísticas del destino: Asociación de turismo comunitario BIOTUR y la Asociación de turismo comunitario ECOMANGLAR. De las cuales se resaltan los factores vinculados al PNR La Sierpe y los destinos complementarios de mayor relevancia a la oferta local.

Tabla 36 Línea de Turismo de Naturaleza

ACTIVIDADES COMERCIALES POR LÍNEA	
Línea de Turismo de Naturaleza	
Producto y/o elemento	**Descripción General**
Chorros de Belén (La Sierpe)	Comercialmente conocidas como “Cascada La Sierpe”, los Chorros (Cascadas) de Belén son la principal oferta de los operadores turísticos locales y de muchos operadores de turismo provenientes de Juanchaco, Ladrilleros, Chucheros, Pianguita y otras comunidades cercanas incluyendo a quienes llegan directamente desde el Puerto de Buenaventura. Suele venderse como actividad de contemplación y disfrute, junto con la Cascada Ostional durante la misma visita.
Cascada de Ostional	Junto a Chorros de Belén este atractivo se comercializa como un lugar para disfrutar de su piscina natural. Igualmente hace parte de los atractivos de principal de oferta en el PNR La Sierpe. Se caracteriza por presentar una especie de jacuzzi de agua dulce, de aprox. 7 metros de profundidad, entre la primera piscina de agua dulce y la de abajo que es de agua estuarina.
Sendero “Entre ojos y hojas” / Camino Miramar – La Sierpe.	Es la principal oferta terrestre de las comunidades La Sierpe y Miramar. Actualmente ambas asociaciones de turismo comunitario la ofertan como parte complementaria a sus planes de avistamiento de ballenas y visita a los Chorros de Belén y Ostional.

	También conocido como el sendero El Tucán; es particularmente llamativo por el avistamiento de aves, principalmente el Paletón o tucán, la pava, la perdiz y la presencia de mamíferos como el guatín. Así como la conservación de diferentes especies de palma y otras de flora nativa.
Charcos de Belén (Las tres piscinas)	Es otro de los atractivos que complementan la oferta de ambos prestadores de servicios turísticos, principalmente se ofrece para ajustar itinerarios de más de tres días en el territorio. Se encuentra ubicada en el tramo comprendido entre Los Chorros de Belén y Ostional.
Contemplación del Fitoplancton	Actividad interpretativa nocturna. Actualmente la ofrecen ambas asociaciones comunitarias, sin embargo, hay una diferencia notoria en la prestación del servicio. Por un lado, ECOMANGLAR lo realiza utilizando canoas artesanales, mientras que BIOTUR lo hace utilizando kayaks dobles. Esta actividad se puede hacer en cualquier época del año, pero especialmente en tiempo de luna menguante.
Avistamiento de Aves	ECOMANGLAR la ofrece en su página web, mientras que BIOTUR la ofrece sólo por demanda y no se encuentra evidente en ninguna publicación digital. Se puede realizar a muy tempranas horas de la mañana o finalizando la tarde cuando las aves son más activas. Se puede hacer teniendo como objetivo las aves marino-costeras, para lo cual se utiliza una lancha; o aves terrestres en cuyo caso se realiza cerca a los senderos y áreas abiertas de la comunidad.

Fuente: los autores

Tabla 37 Línea de Turismo Cultural

ACTIVIDADES COMERCIALES POR LÍNEA
Línea de Turismo Cultural

Producto y/o elemento	Descripción General
Ruta de la piangua	Esta es una actividad que ambas asociaciones comunitarias ofrecen, pero no se puede desconocer que quien la lidera es ECOMANGLAR, asociación que diseñó en primera instancia dicha actividad experiencial. Por consiguiente, es quien más la comercializa y la considera su producto estrella.
Ruta del canasto	Esta actividad cultural se realiza en la Comunidad de La Sierpe. La ofrecen ambas asociaciones comunitarias, quienes la consideran una actividad principalmente complementaria a la Ruta de la Piangua.
Pesca tradicional	Otra de las actividades de oferta complementaria que ambas asociaciones tienen en sus portafolios. ECOMAGLAR la promociona desde su página web *"Con una botella de plástico, hilo de nylon y anzuelo, hasta un novato puede capturar un pez".* BIOTUR la ofrece sólo por demanda y no se encuentra evidente en ninguna publicación digital.
Lampareo fotográfico	Al igual que la actividad anterior, es complementaria. ECOMANGLAR la ofrece en su página web, mientras que BIOTUR no la tiene aún organizada. Esta actividad tiene como fin el recrear esas jornadas de caza que

	ancestralmente se han vivido para subsistir por parte de la comunidad, con un gran cambio en dicho suceso, no muere ningún animal. La actividad pretende que las personas salgan en horas de la noche para “lamparear” y al ver algún animal “disparar” el flash de sus cámaras y así “capturar” algunos animales que frecuentan el bosque y las orillas de las quebradas.
Bogar	Esta actividad se promociona en la página web de ECOMANGLAR, mientras que BIOTUR no la tiene en su portafolio. Es una actividad de corta duración (1 hora aprox.) y también se encuentra inmersa en la actividad de Pesca Tradicional, en donde es utilizada como el medio de transporte.
Encuentro cultural de música folclórica	Actualmente se ofrece únicamente en La Plata y es ofertado por ECOMANGLAR en su página web. “Después que cae el sol y llega la noche, las luces de la vereda se prenden y usted podrá gozar de una presentación de música folclórica al son de la marimba y el cununo, interpretados por músicos locales alrededor de una fogata.”

Entre las consideraciones más importantes del análisis de la oferta de operadores locales se enuncia:

- Las asociaciones de turismo comunitario ECOMANGLAR y BIOTUR ofrecen actividades individuales, planes pasadías y paquetes de hasta cuatro (4) días y tres (3) noches en toda la zona de Bahía Málaga (PNN Uramba Bahía Málaga, DMI La Plata y PRN La Sierpe, Comunidades de La Plata, Mangaña, Miramar y La Sierpe), ningún paquete ofertado considera

exclusivamente el Parque Regional Natural La Sierpe. Siempre está incluida en paquetes que se articulan a los destinos complementarios mencionados.

- Los paquetes turísticos ofertados por ambas asociaciones tienen grandes similitudes en sus actividades y contenidos.
- El epicentro de la oferta y dinámica de los paquetes ofertados son las comunidades de La Plata y La Sierpe, en donde se encuentran establecidas ambas asociaciones de turismo comunitario.
- El mercado principal de ambas asociaciones de turismo comunitario es nacional, con un trabajo ligado a grupos de estudiantes universitarios y entidades u organizaciones que buscan el destino con el ánimo de realizar trabajos de estudio, investigación o impacto social.
- Sus páginas web, redes sociales y portafolios no tienen contenidos en un segundo idioma.
- No consideran en su oferta posibilidades de disfrute para visitantes individuales, esto debido a los altos costos de operación.
- La clasificación de la oferta se limita a las líneas de tipología de turismo de naturaleza y cultural, sin tener los conceptos claros y sin tener en cuenta los subtipos técnicos expuestos por la Organización Mundial del Turismo.

2.9.3. Recaudo y análisis de información de los actores del territorio por medio de talleres comunitarios.

Sobre esta base se desarrollaron cuatro talleres con los actores clave de la comunidad y relacionados con la prestación de servicios turísticos de La Sierpe,

Miramar, La Plata y Mangaña, durante los cuales se procedió a realizar un ejercicio de identificación y priorización de atractivos, actividades y potenciales productos turísticos, identificando así los dos productos que los participantes consideraron tienen total importancia y mayor proyección: Turismo de Naturaleza y Etnoturismo. A continuación, se detalla la información generada en los talleres y que sustenta la propuesta de los productos.

En el siguiente ejercicio, el objetivo fue captar la percepción general de la comunidad, para lo cual se diseñó y realizó un cuestionario que nos permitía entender el imaginario que los habitantes tienen sobre su territorio.

2.9.3.1. Con respecto a la percepción general del destino.

2.9.3.1.1. Características propias del territorio y la cultura que se deben proyectar.

En la siguiente nube de palabras se identifican los aspectos emocionales, actitudinales y algunas sensaciones que la comunidad considera se deben proyectar desde el territorio a través de los productos turísticos a ofrecer. Se resaltan en color rojo aquellos que fueron más reiterativos en el desarrollo del cuestionario y las charlas abiertas durante la ejecución de los talleres.

Ilustración 21 Aspectos emocionales

2.9.3.1.2. Cómo queremos que los visitantes y los turistas sientan el destino.

En la siguiente nube de palabras se identifican los aspectos relevantes que la comunidad considera son aquellos que los turistas destacarán al visitar el territorio y conocer la cultura, así como serán los aspectos que permitirán la elección del PRN La Sierpe como destino para sus vacaciones y descanso. Se resaltan en color rojo aquellos que fueron más reiterativos en el desarrollo del cuestionario y las charlas abiertas durante la ejecución de los talleres.

Ilustración 22 Aspectos releventes de las visitas

Este ejercicio deja en evidencia que la comunidad proyecta el destino como un lugar principalmente **seguro**, que brinda al visitante **tranquilidad** en un espacio lleno de **armonía** con la naturaleza. Igualmente, se crea el imaginario de elección del destino y el sentimiento del turista al vivirlo, como un lugar **tranquilo** para vivir las **tradiciones** de la comunidad Malagueña, en donde el **respeto** es la base para disfrutar de la **autenticidad** de la naturaleza y la cultura del territorio.

2.9.3.2. Con respecto a los productos turísticos identificados por los asistentes a los talleres.

Durante los talleres se identificaron un total de seis (6) subtipos que se desarrollan en el marco de las tipologías del turismo de naturaleza y cultura con sus respectivos subtipos, de los que se pudieron identificar catorce (14) actividades.

En los talleres comunitarios y entrevistas realizadas, los actores mencionaron los diferentes productos / actividades existentes. Los productos / actividades eran repetitivos y se trabajaron para depurar y poder compararse con todas las demás fuentes consultadas y el trabajo de campo del equipo consultor, de tal forma poder obtener un resultado único, consensuado y claro.

El detalle a continuación responde a la organización de la información planteada por los actores participantes en los talleres comunitarios, definiendo su tipología, subtipo, producto / actividad y lugar del servicio.

2.9.3.2.1. Listado de productos por tipología

Tras el desarrollo de los talleres participativos y entrevistas con los prestadores de servicios turísticos, se sistematiza la información recolectada de los actores obteniendo un planteamiento de ideas de producto / actividades locales que consideran las líneas potenciales de aprovechamiento turístico para el PRN La Sierpe.

Tabla 38 Listado de productos por tipología

Tipología	Subtipo	Producto/Actividad	Lugar de la actividad
Turismo de Naturaleza	Ecoturismo	Visita, interpretación y baño en piscinas naturales.	Cascadas de Belén (La Sierpe)
			Cascada Ostional
			Charcos de Belén (Tres piscinas)
			Cascada El Cabezón
			Charcos de La Herradura
			Cascada La Escondida
			Charcos del Morro
			Charcos de Cuchito el Morro
		Senderismo / Avistamiento de aves terrestres	Sendero entre ojos y hojas (Los Tucanes)
			El Secadero
		Avistamiento de aves marinas	Isla Saca Peña - Miramar
			Cumbilichera - La Sierpe
		Interpretación y contemplación del Fitoplancton	Alrededor de las comunidades
		Interpretación y contemplación de los Esteros	Esteros Cuchito el Morro
		Lampareo fotográfico	Quebradas cerca a las comunidades

	Aventura	Kayak	La Herradura - La Sierpe
	Rural - Etnoturismo	Pesca recreativa y responsable con anzuelo	La Mesa - Miramar
		Pesca recreativa y responsable con anzuelo	Morro de Concho - La Sierpe
		Ruta de la Sangara	Caleta Los Morritos - Miramar
		Ruta del Camarón Muchillá	Quebrada Tamborero - Miramar
Cultural	Artesanía	Ruta del Canasto	Comunidad de La Sierpe
	Gastronomía	Preparación de dulces tradicionales	Comunidad de La Sierpe
	Tradición oral	Noche de compartir de saberes, historias y un poco de música.	Comunidad de La Sierpe

2.9.3.2.2. Definición y conceptualización de producto

Tras un proceso de organización de la información recopilada en los procesos hasta aquí mencionados, se trabajó en el establecimiento de los productos actuales y potenciales definitivos, de acuerdo con las clasificaciones generales de turismo.

En los talleres y entrevistas, los actores mencionaron los diferentes productos existentes y sus precios, estableciendo así los valores mínimos a la venta de un producto.

Así mismo el precio se incrementa cuando existe la combinación de productos y se incorpora una mayor permanencia en el territorio, por tanto,

también el servicio de alojamiento, guianza y alimentación.

Tabla 39 Ecoturismo-Visita, interpretación y baño en pisicinas naturales

TURISMO DE NATURALEZA			
ECOTURISMO			
Visita, interpretación y baño en piscinas naturales.			
Descripción del Producto			
Visita a las diferentes cascadas y piscinas naturales de agua dulce del territorio. El disfrute panorámico durante el recorrido en lancha se integra al escenario final que se oferta, dando un gran aporte al producto.			
Experiencia			
Tener la oportunidad de bañarse en aguas cristalinas, limpias y a una excelente temperatura. Además de la inconmensurable belleza de las diferentes caídas de agua, la interpretación de los ecosistemas marinos y del bosque húmedo tropical.			
Atractivo	**Duración**	**Incluye**	**Precio**
Cascadas de Belén	60 min.	Transporte marítimo, acompañamiento de intérprete ambiental y seguro.	$25.000
Cascada Ostional	60 min.	Transporte marítimo, acompañamiento	$30.000

		de intérprete ambiental y seguro.	
Charcos de Belén	60 min.	Transporte marítimo, acompañamiento de intérprete ambiental y seguro.	$30.000
Cascada El Cabezón	90 min.	Transporte marítimo, acompañamiento de intérprete ambiental y seguro.	$30.000
Charcos de La Herradura	45 min.	Incluye: Interpretación del manglar. Transporte marítimo, acompañamiento de intérprete ambiental y seguro.	$20.000
Charcos de Cuchito el Morro	150 min.	Incluye: Interpretación y contemplación de los Esteros. Transporte marítimo, acompañamiento de intérprete ambiental y seguro.	$45.000

Servicios incluidos y complementarios

Los precios estimados en el producto incluyen:
Instrucción previa al inicio de las actividades. Transporte marítimo desde la comunidad de La Sierpe o Miramar, servicio con su respectivo chaleco flotador. Acompañamiento durante todo el recorrido e interpretación ambiental de los lugares de paso y en el atractivo final. Seguro de asistencia médica.

Servicios complementarios:
Refrigerio: $10.000
Alquiler de botas: $5.000
Alquiler de capa para protegerse de la lluvia: $5.000

Condiciones del producto			
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura.			
Mercado			
LOCAL	REGIONAL **(X)**	NACIONAL **(X)**	INTERNACIONAL **(X)**
Grado de preparación del producto			
ALTO	MEDIO **(x)**	BAJO	
Consideraciones generales del producto			
Es el producto más reconocido por los visitantes del territorio, teniendo como atractivo estrella Los Chorros de Belén, llamados comercialmente como Cascadas de La Sierpe. Éste atractivo se vende junto con Ostional y representan dos de los lugares más visitados, especialmente durante la temporada de ballenas. Se evidencia que algunos de los atractivos deben ser fortalecidos, principalmente en sus accesos. Este último depende particularmente del estado de las mareas, para lo cual se debe coordinar previamente la visita e intercambiar con actividades complementarias en caso de ser requerido. Se debe fortalecer la interpretación ambiental de los ecosistemas que se aprecian durante todos los traslados hacia los atractivos mencionados.			

Tabla 40 Ecoturismo-Senderismo

TURISMO DE NATURALEZA
ECOTURISMO
Senderismo

Descripción del Producto

Recorrido guiado a pie, con una distancia aproximada de 4.5 kilómetros, entre la comunidad de La Sierpe y Miramar, o viceversa. Sendero en terreno destapado, húmedo e irregular, con un alto contenido de aventura.

Experiencia

Un espacio para disfrutar de los sonidos y el color del bosque y sus habitantes, conocer de primera mano el ecosistema de bosque húmedo tropical y cómo este brinda alimento a los animales que la habitan y las personas que lo cuidan.

Atractivo	Duración	Incluye	Precio
Sendero “Entre Ojos y Hojas”	120 min.	Acompañamiento de intérprete ambiental, seguro y binoculares.	$35.000

Servicios incluidos y complementarios

Los precios estimados en el producto incluyen:
Instrucción previa al inicio de la actividad. Acompañamiento durante todo el recorrido e interpretación ambiental, así como la instrucción para manejar los binoculares y la posibilidad de ver aves, insectos y cuadrúpedos. Seguro de asistencia médica.

Servicios complementarios:
Refrigerio: $10.000
Alquiler de botas: $5.000
Alquiler de capa para protegerse de la lluvia: $5.000

Condiciones del producto

El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura.			
Mercado			
LOCAL	REGIONAL **(X)**	NACIONAL **(X)**	INTERNACIONAL **(X)**
Grado de preparación del producto			
ALTO **(x)**	MEDIO	BAJO	
Consideraciones generales del producto			
Es el principal producto en tierra, ofertado como uno de los más representativos de las comunidades de La Sierpe y Miramar. Su mayor importancia radica en ser el escenario perfecto para la interpretación de la naturaleza y la unión que los habitantes del territorio tienen con el bosque. Allí se pueden reconocer diferente tipo de palmas de uso ancestral, observar aves como el Tucán, la Pava y el Trogón, aves insignia del bosque húmedo. Cuenta con cuatro estaciones de descanso e interpretación, una de ellas es una torre miradora para contemplar el bosque desde lo alto. Además, se atraviesa la quebrada Tamborero, un lugar de aguas cristalinas ideal para la contemplación e interpretación de los ecosistemas mixtos.			

Tabla 41 Ecoturismo-Avistamiento de aves maninocosteras

TURISMO DE NATURALEZA
ECOTURISMO
Avistamiento de aves marino-costeras

Descripción del Producto
Corto recorrido en lancha o boga (canoa) hasta pequeñas islas que permiten ver el despertar de las aves (en la mañana) o su llegada a dormir (en la tarde).
Experiencia
Un momento para disfrutar de la intimidad de estas sonoras y atractivas aves, aprender de sus comportamientos e importancia para los ecosistemas. Muy temprano en la mañana dejarse encantar con su perfecta organización para realizar el despegue y posterior vuelo hacia las costas, esteros y demás espacios de alimentación, y como si fuera poco disfrutar del colorido y tranquilo amanecer. Finalizando la tarde, dejarse maravillar con su llegada iluminada con los colores del atardecer.

Atractivo	Duración	Incluye	Precio
Isla Saca Peña - Miramar	90 min.	Transporte marítimo o alquiler de Boga, acompañamiento de intérprete ambiental, seguro y binoculares.	$35.000
Cumbilichera - La Sierpe	90 min.	Transporte marítimo o alquiler de Boga, acompañamiento de intérprete ambiental, seguro y binoculares.	$35.000

Servicios incluidos y complementarios
Los precios estimados en el producto incluyen: Instrucción previa al inicio de la actividad. Transporte marítimo o alquiler de Boga, servicio con su respectivo chaleco flotador, acompañamiento durante todo el recorrido e interpretación ambiental, así como la instrucción para manejar los binoculares. Seguro de asistencia médica. Servicios complementarios: Refrigerio: $10.000 Alquiler de botas: $5.000 Alquiler de capa para protegerse de la lluvia: $5.000

Condiciones del producto			
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura. Está sujeta a las condiciones climáticas que se presenten entre las 5:00 a.m. y las 6:30 a.m. así como entre las 5:00 p.m. y las 6:30 p.m. únicos horarios en los que se puede vivir dicha actividad experiencial.			
Mercado			
LOCAL	REGIONAL **(X)**	NACIONAL **(X)**	INTERNACIONAL **(X)**
Grado de preparación del producto			
ALTO	MEDIO **(x)**	BAJO	
Consideraciones generales del producto			
Es un producto que puede complementar muy bien otras actividades o experiencias brindadas durante el día. Es uno de los productos que mayor potencial emocional tienen, refiriendo la activación de los sentidos de la escucha y observación, no sólo por las hermosas aves sino los momentos especiales de contemplación del amanecer y atardecer. Además de entender cómo se relacionan las aves con los ecosistemas y el aporte que le hacen a la vida marina, así como permitir el relato de historias propias de la comunidad alrededor de la pesca a horas tempranas de la mañana. Es necesario fortalecer la capacitación en términos de conocimiento de las aves y su comportamiento.			

Tabla 42 Ecoturismo-Interpretación y contemplación del fitoplancton

TURISMO DE NATURALEZA
ECOTURISMO
Interpretación y contemplación del Fitoplancton

Descripción del Producto

Corto recorrido en lancha o boga (canoa) en cercanías de las comunidades de La Sierpe y Miramar, con el objetivo de apreciar estas luminiscentes microalgas marinas.

Experiencia

Observar en la oscuridad es algo realmente fascinante, más cuanto esta iluminación viene de algo tan diminuto pero que en cantidades asombrosas permiten deslumbrar a quien lo ve. La tranquilidad de la noche y la inmensidad del mar son junto a la contemplación del fitoplancton, una combinación perfecta que realmente permite sentir la magnitud del planeta que habitamos.

Atractivo	Duración	Incluye	Precio
Fitoplancton. Áreas cercanas a las comunidades de La Sierpe y Miramar.	90 min.	Transporte marítimo o alquiler de Boga, acompañamiento de intérprete ambiental, seguro de asistencia médica.	$30.000

Servicios incluidos y complementarios

<table>
<tr><td colspan="4">Los precios estimados en el producto incluyen:
Instrucción previa al inicio de la actividad. Transporte marítimo o alquiler de Boga, servicio con su respectivo chaleco flotador, acompañamiento durante todo el recorrido e interpretación ambiental, así como la instrucción para manejar los binoculares. Seguro de asistencia médica.

Servicios complementarios:
No registra</td></tr>
<tr><td colspan="4">Condiciones del producto</td></tr>
<tr><td colspan="4">El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura. Está sujeta a las condiciones climáticas que se presenten entre las 8:00 p.m. y las 11:00 p.m. horario ideal para la ejecución de esta actividad experiencial. Así como preferiblemente se debe realizar en noche de luna menguante.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Mercado</td></tr>
<tr><td>LOCAL</td><td>REGIONAL (X)</td><td>NACIONAL (X)</td><td>INTERNACIONAL (X)</td></tr>
<tr><td colspan="4">Grado de preparación del producto</td></tr>
<tr><td>ALTO</td><td>MEDIO</td><td>BAJO (x)</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="4">Consideraciones generales del producto</td></tr>
<tr><td colspan="4">Es un producto que puede complementar muy bien otras actividades o experiencias brindadas durante el día.
Por si sola tiene un componente de contemplación y reflexión muy alto, que combinado con la emoción que genera el navegar en la oscuridad logra impactar positivamente al visitante.
Se debe fortalecer la prestación del servicio, haciendo referencia a la creación de dinámicas de seguridad y reflexión interna frente a lo vivido durante la actividad.</td></tr>
</table>

Tabla 43 Turismo rural-Etnoturismo

TURISMO DE NATURALEZA
TURISMO RURAL
Etnoturismo

Descripción del Producto
Realizar labores propias de la comunidad, para conocer desde los actores locales, las prácticas, saberes, usos y entendimiento de la relación del hombre y la naturaleza.
Experiencia
Compartir junto con las comunidades su forma de vida ancestral, así como aspectos de su historia, actual trabajo de conservación y consumo responsable de los recursos. Inyectando un poco de aventura por medio de la realización de actividades de pesca y recolección en escenarios no habituales para el viajero.

Atractivo	Duración	Incluye	Precio
Pesca recreativa y responsable con anzuelo - La Mesa, Miramar	120 min.	Transporte marítimo o alquiler de Boga, acompañamiento de intérprete ambiental, Nylon, anzuelos y carnada, seguro de asistencia médica.	$40.000
Pesca recreativa y responsable con anzuelo - Morro de Concho, La Sierpe	120 min	Transporte marítimo o alquiler de Boga, acompañamiento de intérprete ambiental, Nylon, anzuelos y carnada, seguro de	$40.000

		asistencia médica.	
Ruta de la Sangara - Caleta los Morritos, Miramar	90 min	Transporte marítimo o alquiler de Boga, acompañamiento de intérprete ambiental, seguro de asistencia médica.	$35.000
Ruta del Camarón Muchillá - Quebrada Tamborero, Miramar	120 min.	Acompañamiento de intérprete ambiental, linterna, seguro de asistencia médica.	$30.000
Servicios incluidos y complementarios			
Los precios estimados en el producto incluyen: Instrucción previa al inicio. Transporte marítimo o alquiler de Boga, servicio con su respectivo chaleco flotador, acompañamiento durante todo el recorrido e interpretación ambiental, así como la instrucción para la correcta y segura práctica de las actividades. Linterna cuando se requiera y seguro de asistencia médica. Servicios complementarios: Refrigerio: $10.000 Alquiler de botas: $5.000 Alquiler de capa para protegerse de la lluvia: $5.000 Alquiler de lámpara o linterna adicional: $8.000			
Condiciones del producto			
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura. Está sujeta a las condiciones climáticas que se presenten. Las actividades quedan suspendidas en caso de tormenta o lluvia fuerte.			
Mercado			
LOCAL	REGIONAL **(X)**	NACIONAL **(X)**	INTERNACIONAL **(X)**
Grado de preparación del producto			

ALTO	MEDIO	BAJO **(x)**	
Consideraciones generales del producto			
Es importante resaltar que estos productos que involucran el contacto directo con las tradiciones locales requieren de un proceso de preparación en la concepción de la visita, la experiencia, la transacción y la transmisión de información; así como de capacitación para la mitigación de impactos negativos al turismo. Es un producto que puede complementar muy bien otras actividades o experiencias brindadas durante el día. El producto se concibe como un instrumento para el desarrollo comunitario en el entorno rural de las comunidades. Actualmente puede ser ofertado desde La Sierpe y Miramar, se resalta el valor dado por los viajeros a la muestra de la idiosincrasia, las tradiciones locales y los saberes ancestrales de los pobladores del territorio. Este producto tiene facilidad de adecuación, en tanto los escenarios de disfrute de las actividades tengan condiciones adecuadas de accesibilidad, cuente con información y la comunidad local tenga una adecuada preparación para la recepción de visitantes en sus espacios.			

Tabla 44 Turismo cultural-Atesanias

TURISMO CULTURAL
ARTESANÍAS
Ruta del Canasto

Descripción del Producto
Visitar a una artesana de la cestería y elaborar junto a ella un canasto con fibras naturales provenientes del bosque del sendero “Entre Ojos y Hojas”.
Experiencia
Compartir y aprender del arte ancestral de la cestería malagueña. Fabricar con nuestras propias manos un elemento indispensable para la noble labor de extraer Piangua de los manglares. Conociendo además el origen de estas fibras naturales.

Atractivo	Duración	Incluye	Precio
Ruta del Canasto – La Sierpe	150 min.	Acompañamiento por parte de la maestra artesana, recorrido al origen de las fibras, canasto, seguro de asistencia médica.	$60.000

Servicios incluidos y complementarios
Los precios estimados en el producto incluyen: Instrucción previa al inicio. Acompañamiento durante todo el recorrido e instrucción para la elaboración del canasto, recorrido para conocer el origen de las fibras a utilizar, canasto pequeño finalizado y seguro de asistencia médica. Servicios complementarios: Refrigerio: $10.000 Alquiler de botas: $5.000 Alquiler de capa para protegerse de la lluvia: $5.000 Canasto pequeño adicional: $20.000
Condiciones del producto
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local y la maestra artesana para tener una experiencia auténtica, idónea y segura. El recorrido al bosque para conocer el origen de las fibras está sujeto a las condiciones climáticas que se presenten. Las actividades quedan suspendidas en caso de tormenta o lluvia fuerte.
Mercado

LOCAL	REGIONAL	NACIONAL **(X)**	INTERNACIONAL **(X)**
Grado de preparación del producto			
ALTO	MEDIO **(x)**	BAJO	
Consideraciones generales del producto			
Es un producto que está estrechamente relacionado y es complemento de la ruta de la Sangara o la Piangua. Un ejercicio para dar mérito y espacio en el conocimiento público del significado del saber y práctica artesanal ancestral. Requiere de una disposición de las maestras artesanas para atender de forma idónea esta actividad. Es un producto de alta complejidad en tanto requiere de la disponibilidad de las personas, la concertación de tiempos, disponibilidad de los materiales y ética del visitante para con el maestro artesano.			

Tabla 45 Gastronomía-Preparación de dulces tradicionales

TURISMO CULTURAL
GASTRONOMÍA
Preparación de dulces tradicionales
Descripción del Producto
Elaborar un dulce tradicional de la cultura malagueña, la cocada.

<table>
<tr><th colspan="4">Experiencia</th></tr>
<tr><td colspan="4">Compartir, aprender y disfrutar del sabor dulce del pacífico, directamente con su protagonista, la señora Martha Cecilia, la heredera de esta tradición. En donde los elementos del bosque son el insumo principal para la elaboración de tan deliciosos manjares.</td></tr>
<tr><th>Atractivo</th><th>Duración</th><th>Incluye</th><th>Precio</th></tr>
<tr><td>Preparación de Cocadas</td><td>60 min.</td><td>Acompañamiento por parte de anfitriona, charla sobre la preparación, degustación de las cocadas y seguro de asistencia médica.</td><td>$20.000</td></tr>
<tr><th colspan="4">Servicios incluidos y complementarios</th></tr>
<tr><td colspan="4">Los precios estimados en el producto incluyen:
Instrucción previa al inicio. Acompañamiento durante todo el recorrido e instrucción para la elaboración de la cocada, degustación de las cocadas y seguro de asistencia médica.

Servicios complementarios:
Cocada por unidad: $2.500
Paquete de 5 cocadas: $10.000</td></tr>
<tr><th colspan="4">Condiciones del producto</th></tr>
<tr><td colspan="4">El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local y la cocinera para tener una experiencia auténtica, idónea y segura.</td></tr>
<tr><th colspan="4">Mercado</th></tr>
<tr><td>LOCAL</td><td>REGIONAL</td><td>NACIONAL (X)</td><td>INTERNACIONAL (X)</td></tr>
<tr><th colspan="4">Grado de preparación del producto</th></tr>
<tr><td>ALTO</td><td>MEDIO</td><td>BAJO (x)</td><td></td></tr>
</table>

Consideraciones generales del producto
Es un producto complementario y se ajusta perfectamente para realizar en aquellos días que por lluvia se impide la realización de algunas actividades que requieren traslados por el mar. La dificultad radica en la disponibilidad de los materiales, pero en la medida que se fortalezca este producto puede preverse una reserva de estos con antelación.

Tabla 46 Tradición oral-Noche de versos e historias

TURISMO CULTURAL			
TRADICIÓN ORAL			
Noche de versos e historias			
Descripción del Producto			
Noche de narración oral. Compartir saberes, historias y música junto a la comunidad local.			
Experiencia			
Escuchar, compartir y divertirse con diferentes relatos de la comunidad malagueña. Una noche de versos, cantos, cuentos e historias narrados por sus propios protagonistas. Una actividad para recargar nuestro ser de buena energía.			
Atractivo	**Duración**	**Incluye**	**Precio**
Historias y	90 min.	Acompañamiento	$20.000

versos, La Sierpe		por parte del anfitrión, charla sobre la preparación del curado, pequeña degustación y seguro de asistencia médica.	

Servicios incluidos y complementarios
Los precios estimados en el producto incluyen: Bienvenida con música y versos. Acompañamiento durante toda la actividad, muestra de la elaboración del curado y sus componentes, degustación de la bebida y seguro de asistencia médica. Servicios complementarios: No registra
Condiciones del producto
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura.
Mercado

LOCAL	REGIONAL **(X)**	NACIONAL **(X)**	INTERNACIONAL **(X)**
Grado de preparación del producto			
ALTO	MEDIO	BAJO **(x)**	

Consideraciones generales del producto
Es el producto cultural principal, se define así por la importancia que tiene la transmisión de saberes y el compartir con la comunidad al momento del primer contacto, generando con esto una dimensión personal del lugar que se visita, su cultura y condiciones especiales del territorio. La dificultad radica en la disponibilidad de las personas que harán su presentación frente a los invitados. Inicialmente se contempla sea protagonizado por el señor Mario, autor de algunas canciones y relator de anécdotas de la comunidad. Además del apoyo de los operadores turísticos del territorio.

Tabla 47 Resumen de productos

TURISMO DE NATURALEZA
ECOTURISMO
Visita, interpretación y baño en piscinas naturales.
Senderismo
Avistamiento de aves marino-costeras
Interpretación y contemplación del Fitoplancton
TURISMO RURAL
Etnoturismo
TURISMO CULTURAL
ARTESANÍAS
Ruta del Canasto
GASTRONOMÍA
Preparación de dulces tradicionales
TRADICIÓN ORAL
Noche de versos e historias

2.10. PLAN DE MERCADEO

2.10.1. Análisis sectorial:

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo representa el 30% de las exportaciones en el comercio global de servicios, generando 1 de cada 11 empleos, es una de las actividades económicas más importantes del planeta.

Colombia es un país con una riqueza extraordinaria: cinco regiones, dos

océanos, tres cordilleras, 314 tipos de ecosistemas, más de 1.000 áreas protegidas, casi 2.000 especies de aves, 3.179 orquídeas y un sin número de características adicionales conforman un patrimonio único que difícilmente se puede conjugar de la misma manera en otros países del mundo. [1]

Para el 2020, el sector terciario representó el 69,5% del PIB con importancia de los servicios, en especial, la dinámica del turismo, seguido por el sector secundario que representó el 17,6% del PIB, resaltando en el sector industrial los productos textiles, químicos, metalurgia, cemento, envases de cartón entre otros. Finalmente, el sector primario de la economía representó el 12,9% del PIB, entre los principales productos agropecuarios en Colombia se encuentran: café, banano, flores, caña de azúcar, ganado y arroz. En cuanto a productos minero-energéticos se destaca la producción de carbón, petróleo, gas natural, mineral de hierro, ferroníquel y oro. [2]

Colombia ha venido presentando grandes logros en la generación de confianza en los mercados emisores, en la consolidación de la oferta de atractivos y recursos turísticos y otros factores estratégicos y de gestión, los cuales han contribuido al reposicionamiento de Colombia como destino turístico. Por lo anterior, en Latinoamérica, es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegada de viajeros durante los últimos años. [3]

Se han destacado importantes crecimientos de los principales indicadores

[1] Política de Turismo de Naturaleza **Ministerio de Comercio Industria y Turismo**
[2] Contexto Macroeconómico de Colombia **Oficina de estudios económicos Ministerio de Comercio**
[3] Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 **Ministerio de Comercio Industria y Turismo**

de turismo en Colombia entre los años 2011 y 2017: se genera un incremento en un 69% de las llegadas de viajeros internacionales, 52% la generación de divisas, 19% la creación de nuevos empleos y 74% en la incursión de nuevas empresas al sector, generando una consolidación de la oferta turística alrededor del territorio nacional [4]. De igual forma, según el DANE, el sector hotelero y de alimentos y bebidas mediados por los establecimientos gastronómicos como restaurantes, representaron el 3,78% del PIB en Colombia durante el año 2017. [5]

Sin embargo, dada la situación relacionada con la pandemia del COVID 19 para el año 2020 y 2021, se evidencian una serie de cambios y restricciones asociadas a la movilidad y confinamientos que perjudican notablemente al sector turístico.

En el 2020 por causa de la pandemia se vieron afectadas las estadísticas para este sector en cuanto al número de visitantes no residentes, observando una disminución del 69,4% frente al año 2019. La llegada de extranjeros no residentes a Colombia en el 2019 fue de 3.213.837 mientras que en el año 2020 llegaron a Colombia 903.300 extranjeros. [6]

En ese sentido, ProColombia afirma que se desarrollaron estrategias para adaptar la oferta turística de Colombia al mercado internacional, preparándose para entregarle al viajero experiencias únicas para el año 2021, enfocándose en que el país tenga oferta de experiencias bioseguras demostrando así la capacidad de transformación y adaptabilidad que tiene esta industria que es clave en la

[4] Cifras Mincit 2018, pg. 4 y 5 **Ministerio de Comercio Industria y Turismo** PST **Plan Sectorial de Turismo**
[5] Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 **Ministerio de Comercio Industria y Turismo**
[6] Contexto Macroeconómico de Colombia **Oficina de estudios económicos Ministerio de Comercio**

recuperación económica del País [7]

Muchas de las personas que retoman sus viajes con fines turísticos, cambiaron su perspectiva y preferencias frente a las actividades o servicios que se obtienen durante el viaje, a raíz de las formas de contagio que presiden en la pandemia. Una de estas es el distanciamiento social como medida de prevención, uso de tapabocas y lavado de manos, lo que conlleva a buscar destinos y actividades en lugares abiertos, naturales y seguros.

Viajes que generen confianza en los turistas, reservas hechas con una menor antelación y la aparición del slow tourism, son algunas de las nuevas formas de viajar con las cuales Colombia ya se ha estado adaptando. [8]

Por lo anterior, se ha puesto en manifiesto el modelo de un turismo sostenible que permita contribuir a la preservación y conservación de los recursos naturales y culturales además de ser un motor de desarrollo social y económico en el país pensado desde una perspectiva de turismo comunitario como dinamizador económico de los territorios. Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo de naturaleza se considera como uno de los principales tipos de turismo de más rápido crecimiento en el mundo con tasas de 25% y 30%. Este segmento cobra cada vez más importancia, gracias a los cambios en los gustos y preferencias de la demanda que hoy posee mayores conocimientos frente a los

[7] Viajes cortos y seguros, turistas nómadas y conceptos como slow tourism, son algunas de las nuevas formas de viajar **ProColombia 22 de enero de 2021**

[8] Viajes cortos y seguros, turistas nómadas y conceptos como slow tourism, son algunas de las nuevas formas de viajar **ProColombia 22 de enero de 2021**

impactos positivos y negativos en relación con el ambiente, la cultura y la economía que puede generar la actividad turística[9].

Los viajeros de turismo de naturaleza se preocupan por dejar menor huella ecológica en sus viajes, por ende, realizan actividades turísticas que privilegien el cuidado de la naturaleza y del medio ambiente. Por lo general, sus desplazamientos son motivados por las características del destino, en donde cobra relevancia, factores tales como aprender sobre la naturaleza, la actividad física y reunirse con las personas de la comunidad y de su mismo interés. Lo anterior, abre paso a los países como Colombia que posee enormes ventajas comparativas, derivadas de sus atractivos naturales, su fauna y flora que diversifica la oferta turística y desarrollo de productos altamente competitivos a través de sus enormes potenciales[10].

El plan de negocio que fomenta la generación de empleos en PYMES/MIPYMES y fomenta la inversión en negocios sostenibles estructurado por el gobierno nacional de Colombia, menciona que el ecoturismo, juega un papel muy importante en la consolidación de la paz, ya que es un producto turístico diferenciado y de clase mundial en el que se destacan actividades como: avistamiento de aves en Colombia como destino mundial de las aves silvestres, avistamiento de ballenas desde la importancia del destino para la especie, aventura y buceo, turismo rural desde un turismo cafetero de alta calidad entre otras. [11]

[9] Política de Turismo de Naturaleza **Ministerio de Comercio Industria y Turismo**

[10] Política de Turismo de Naturaleza **Ministerio de Comercio Industria y Turismo**

[11] Programa de Turismo de Naturaleza en el Páramo de las Domínguez y Pan de Azúcar, del municipio de El

En este sentido, entendiendo la dinámica de gestión y apuesta turística del territorio nacional, los recursos naturales y culturales asociados a los productos turísticos, deben de mantener una línea de conservación y preservación, en el Parque Natural Regional La Sierpe, desde la línea de gestión en turismo comunitario se resalta la biodiversidad natural y cultural del territorio apostándole a un turismo de naturaleza que permita la contemplación, preservación y conservación de sus recursos en las distintas actividades turísticas que se planifiquen en el territorio.

El concepto de slow tourism hace alusión a realizar viajes un poco más tranquilos, sin itinerarios estrictos generando una conexión real del viajero con el destino, sus costumbres y tradiciones. Colombia es un destino ideal para este tipo de turismo ya que, con sus actividades en naturaleza y cultura, enfocados en turismo comunitario, caminatas, turismo de bienestar, entre otras, hacen que el viajero pueda realmente desconectarse y vivir buenas experiencias.

2.10.2. Análisis de la competencia

Entendiendo la definición de competencia en el mercado, se afirma que los productos turísticos diseñados para el Parque Natural Regional La Sierpe tendrán una competencia que puede ser analizada a través de la segmentación geográfica, desde la oferta de los departamentos limítrofes con el Valle del Cauca,

hasta los municipios vecinos con Buenaventura y por supuesto aquellos que se encuentren en el área de influencia del proyecto.

Para este análisis se optó por la clasificación de orden nacional, regional y local, valorando además el grado de competencia directa en relación con la similitud del producto a ofrecer enfocado en la naturaleza y la cultura propia del destino. Para ello se toma un índice que va de 1 a 5, en donde 1 = “No es competencia” y 5 = “Es alta competencia”.

2.10.2.1. Análisis de la competencia nacional

Este se realizó tomando los Departamentos limítrofes con el Valle del Cauca, haciendo énfasis en aquellos que comparten entrada hacia el Pacífico como los son el Chocó y el Cauca, incluyendo además al Departamento de Nariño que igualmente cuenta con oferta hacia el mar.

Viajes cortos y seguros, turistas nómadas y conceptos como slow tourism, son algunas de las nuevas formas de viajar **ProColombia 22 de enero de 2021**.

Ilustración 23 Mapa

Fuente: Wikipedia.com

Tabla 48 Indicador de competencia

DESTINO / ATRACTIVO TURÍSTICO	INDICADOR DE COMPETENCIA
DEPARTAMENTO DEL CHOCÓ	
Parque Nacional Natural Utría	5
Municipio de Bahía Solano	5
DRMI Golfo de Tribugá Cabo Corrientes - Nuquí	5
DRMI Encanto de los Manglares del Bajo Baudó	4
Santuario de Fauna Acandí Playon Y Playona	4
DRMI de la Playona y la Loma de Caleta	4

Reservas Forestales Protectoras Nacionales Darién	3
DRMI Lago Azul los Manatìes	3
Parque Nacional Natural Los Katíos	3
RNSC Aguapanela	2
RNSC Reserva Integral y Ecoaldea Sasardí	2
RNSC Tacarcuna	2
DRMI Cuenca Alta del Río Atrato	1
RNSC Montes de la Esperanza	1
DEPARTAMENTO DEL CAUCA	
PNN Isla Gorgona	4
Municipio de Guapi	4
PNR El Comedero - Timbiquí	3
Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro	2
PNN Puracé	2
PNN Serranía de los Churumbelos - Auka Wasi	2
Semana Santa en Popayán	1
Complejo Volcánico Doña Juana Cascabel	1
DEPARTAMENTO DE NARIÑO	
DNMI Cabo Manglares Bajo Mira y Frontera - Tumaco	4
Parque Nacional Natural Sanquianga	4
PNR Volcán Azufral Chaitán	2

Reservas Forestales Protectoras Nacionales Laguna La Cocha Cerro Patascoy	2
Carnaval de Negros y Blancos - Pasto	1
Santuario de Nuestra Señora del Rosario de Las Lajas	1
DEPARTAMENTO DE RISARALDA	
Parque Nacional Natural Los Nevados	4
PNR Ucumarí	3
Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya	2
Parque Nacional Natural Tatamá	1
Termales Santa Rosa de Cabal	1
Termales San Vicente	1
DRMI Planes de San Rafael	1
Bioparque Ukumari	1
DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO	
Parque Nacional Natural Los Nevados	4
DRMI de la Cuenca Alta del Río Quindío de Salento	2
Municipio de Salento y Valle de Cocora	2
Municipio de Filandia	2
Parque Temáticos (PANACA, Parque Nacional del Café, Los Arrieros, RECUCA)	1
Jardín Botánico y Mariposario del Quindío	1
DMRI Chili Bosque Alto Andino Pijao	1

DRMI Páramos y Bosques Altoandinos de Génova	1
DEPARTAMENTO DEL TOLIMA	
Parque Nacional Natural Los Nevados	4
Parque Nacional Natural Las Hermosas	1
Parque Nacional Natural Nevado del Huila	1
Festival Folclórico Colombiano - Ibagué	1

Como se puede analizar, es evidente que el Departamento del Chocó cuenta con una oferta interesante de atractivos para el turismo de naturaleza y cultura con cierta similitud, además, lo que lo convierte en el competidor directo del PNR La Sierpe, sin embargo, existe una ventaja competitiva con relación a la cercanía que éste último tiene con una ciudad capital Cali-, permitiendo un acceso más rápido y seguro.

Por otro lado, analizando los dos primeros atractivos turísticos de naturaleza de los Departamentos del Cauca y Nariño se puede ver que hay nombres que gozan de reconocimiento nacional como son la Isla Gorgona, Guapi o Tumaco respectivamente, sin embargo, no se puede desconocer que son lugares que requieren de desplazamientos más largos y por consiguiente los costos de estos son mucho más altos. Diferente, al analizar los dos primeros destinos de naturaleza de los Departamentos de Risaralda, Quindío y Tolima, que si bien son más cercanos a sus ciudades capitales, son lugares que están estrechamente relacionados con la alta montaña, el frío y el esfuerzo físico. Pero

que combinados con otros atractivos del territorio se potencializan al punto de establecerse como uno de los destinosregión más importantes del país, compitiendo directamente con los destinos emergentes como Buenaventura y específicamente el PNR La Sierpe.

2.10.2.2. Análisis de la competencia regional y local

Este se realizó tomando los municipios limítrofes con Buenaventura y el área de influencia del PNR La Sierpe.

Ilustración 24 Mapa Buenaventura, Valle del Cauca

Fuente: OCHA Services

Tabla 49 Indicador de competencia

DESTINO / ATRACTIVO TURÍSTICO	INDICADOR DE COMPETENCIA
MUNICIPIO DE BUENAVENTURA	
Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga	5

Reservas Forestales Protectoras Nacionales de la Cuenca Hidrográfica de los Ríos Escalerete y San Cipriano	4
Santuario de Flora y Fauna Malpelo	3
DRMI en el Territorio Colectivo del Consejo Comunitario de la Comunidad Negra de la Plata	2
MUNICIPIO DE CALIMA	
Embalse Calima	3
PNR Páramo del Duende	2
MUNICIPIO DE DAGUA	
Reservas Forestales Protectoras Nacionales Río	3
Anchicayá	
Distritos Regionales de Manejo Integrado El Chilcal	1
Distritos de Conservación de Suelos Cañón de Río Grande	1
MUNICIPIO DE CALI	
Parque Nacional Natural Farallones de Cali	3
Distritos Regionales de Manejo Integrado Pance	2
Centro de Educación Ambiental El Topacio - CVC	2
Ecoparque las Garzas	1
Zoológico de Cali	1
Jardín Botánico de Cali	1

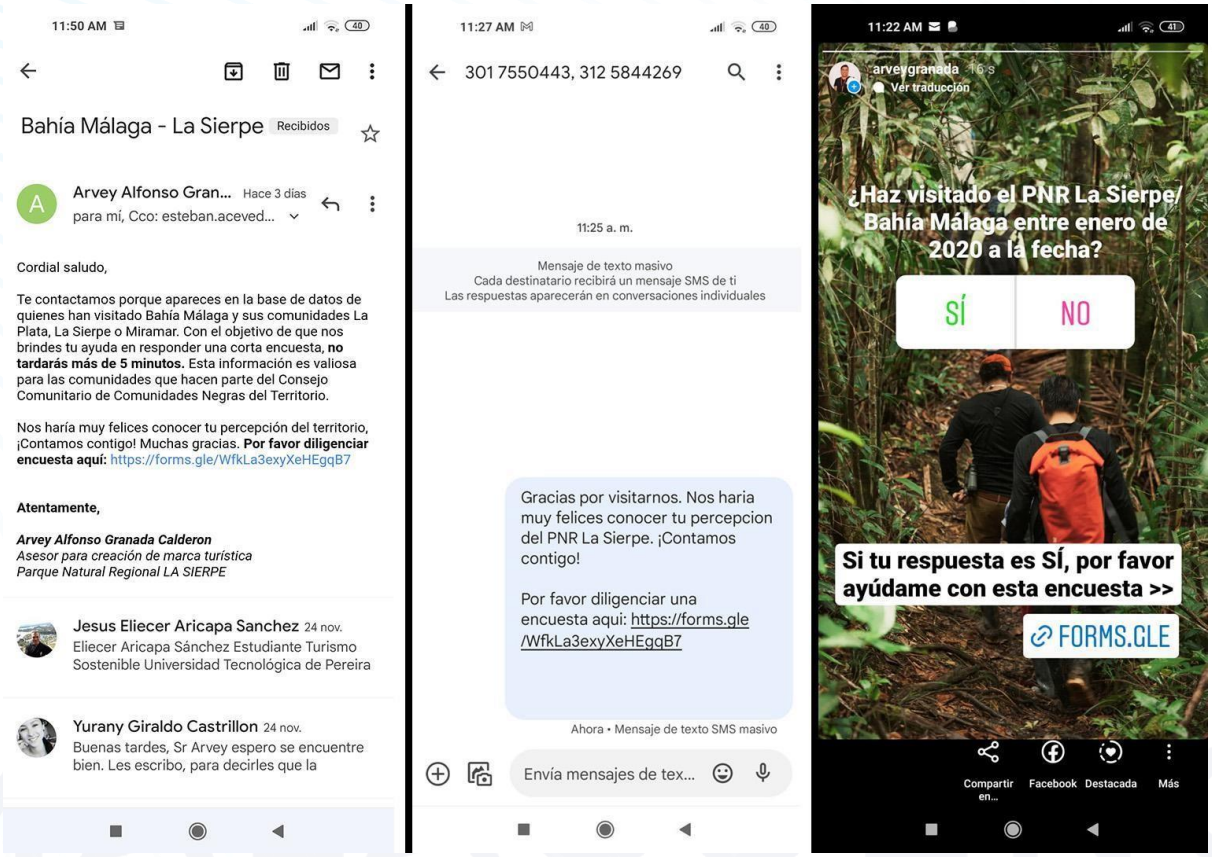
MUNICIPIO DE JAMUNDÍ	
Parque Nacional Natural Farallones de Cali	3
Charco Escondido	2
Reserva Natural de la Sociedad Civil Reserva Miravalle	1

Es evidente que la principal competencia del PNR La Sierpe es su más próximo vecino y Parque Nacional con el que comparte superficie marino costera, el PNN Uramba Bahía Málaga. Pero más que éste como parque natural, lo hacen las poblaciones y playas de Ladrilleros, Juanchaco, La Barra y otras de la zona como Chucheros, Pianguita y Maguipi, entre otras, que cuentan en su portafolio de atractivos turísticos con algunos lugares propios del Parque Natural Regional La Sierpe como la comercialmente conocida “Cascada La Sierpe”, llamada por los habitantes del territorio con nombre de “Chorros de Belén” y la “Cascada y piscina natural de Ostional”. Sin embargo, son estas mismas poblaciones las más opcionadas a convertirse en aliados estratégicos para atraer visitantes al destino, lógicamente bajo el enfoque de la conservación, el cuidado de la naturaleza, el respeto por la cultura y el trabajo comunitario.

2.11. ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL

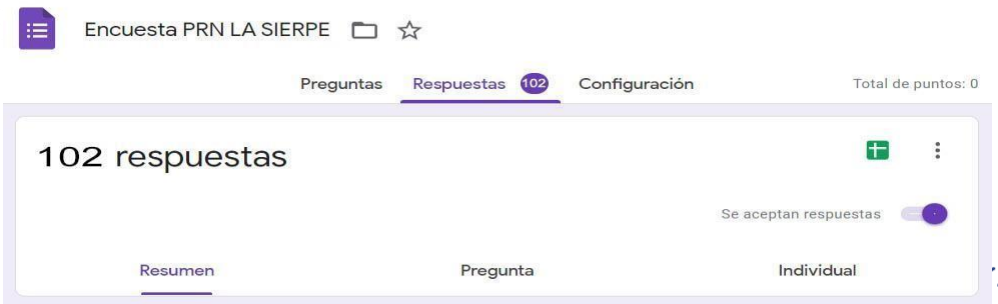
A continuación, se evidencian las herramientas utilizadas para el contacto de las personas encuestadas, en su orden son: Correo electrónico, mensaje de texto e historias de Instagram.

Ilustración 25 Herramientas para el contacto con las personas encuestadas



Este trabajo de aplicación de la encuesta dió como resultado la respuesta de 102 personas que habían visitado el territorio entre el mes de enero de 2020 y octubre de 2021.

Ilustración 26 Resumen del formulario de Google.



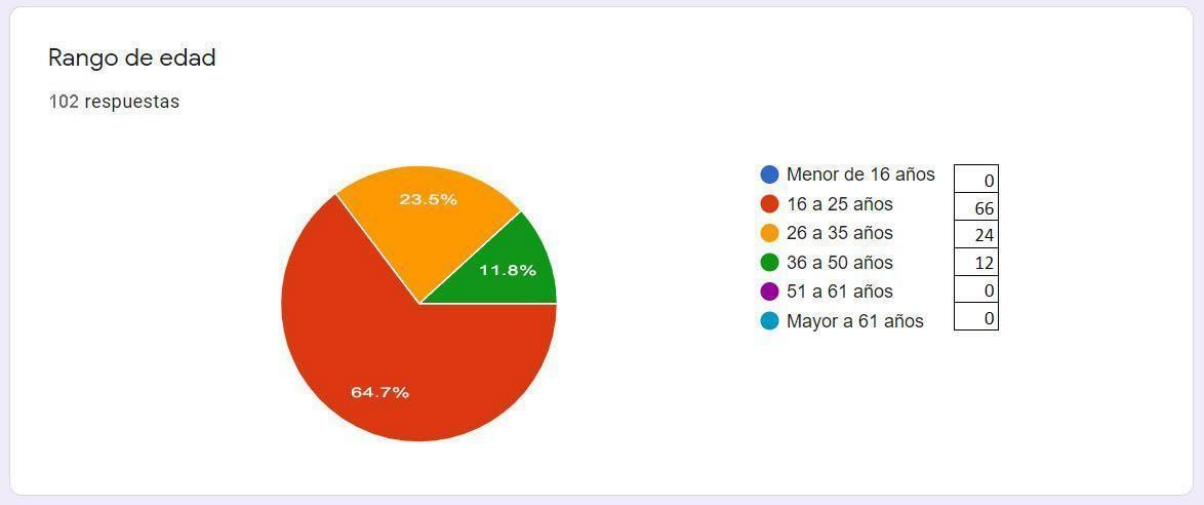
A continuación, se procede con el resultado obtenido como respuesta a cada

pregunta:

2.11.1. Edad de los visitantes

La respuesta obtenida evidencia que existe una preferencia principalmente por la población joven, en donde el 88.2% de los encuestados están en el rango entre los 16 y 35 años, teniendo un énfasis entre los 16 a 25 años con un 66% de representación total de la muestra.

Gráfico 24 Edad de los visitantes

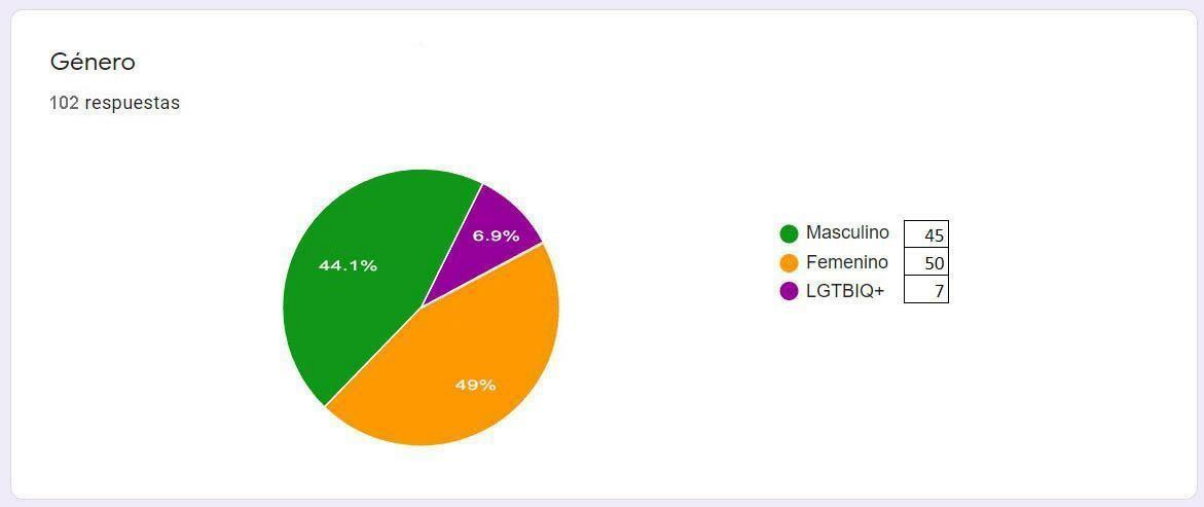


2.11.2. Género

Teniendo en cuenta la importancia de la segmentación por género, principalmente para la creación de campañas de marketing dirigido. Se incluyó en la respuesta una tercera opción bajo la definición actual de comunidad LGTBIQ+ (Lesbianas, Gays, Transexuales, Bisexuales e Intersexuales, Queer y otros colectivos). Como respuesta a esta pregunta se identifica una cercana paridad entre personas de género masculino y femenino, con una presencia del 6.9% de

comunidad LGTBIQ+.

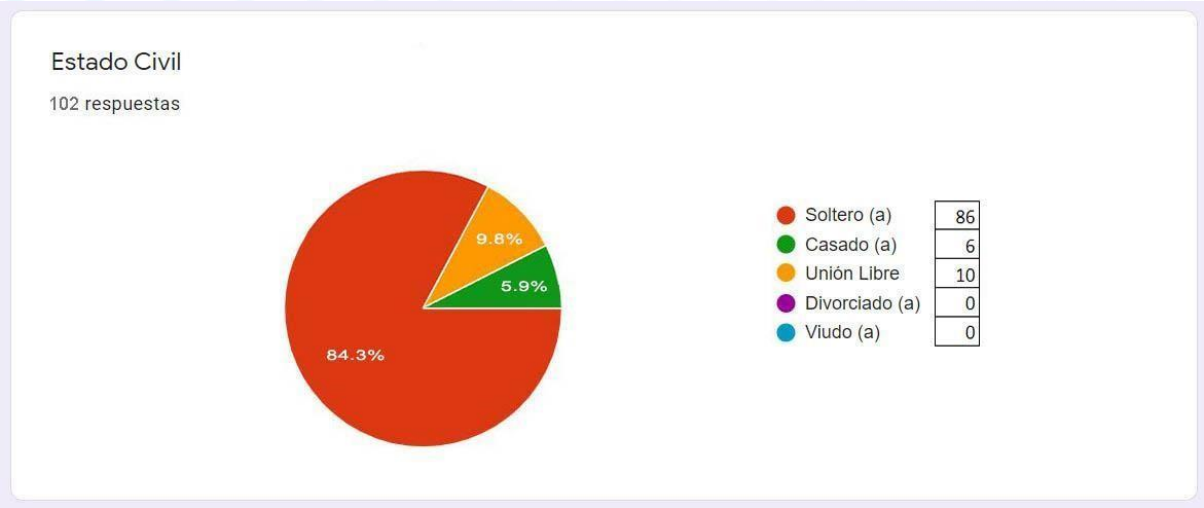
Gráfico 25 Género de los visitantes



2.11.3. Estado Civil

Con un 86% de respuesta, las personas solteras son las principales visitantes del territorio. Aquellas personas que tienen un compromiso de hecho o conyugal, representan el 16% de los encuestados.

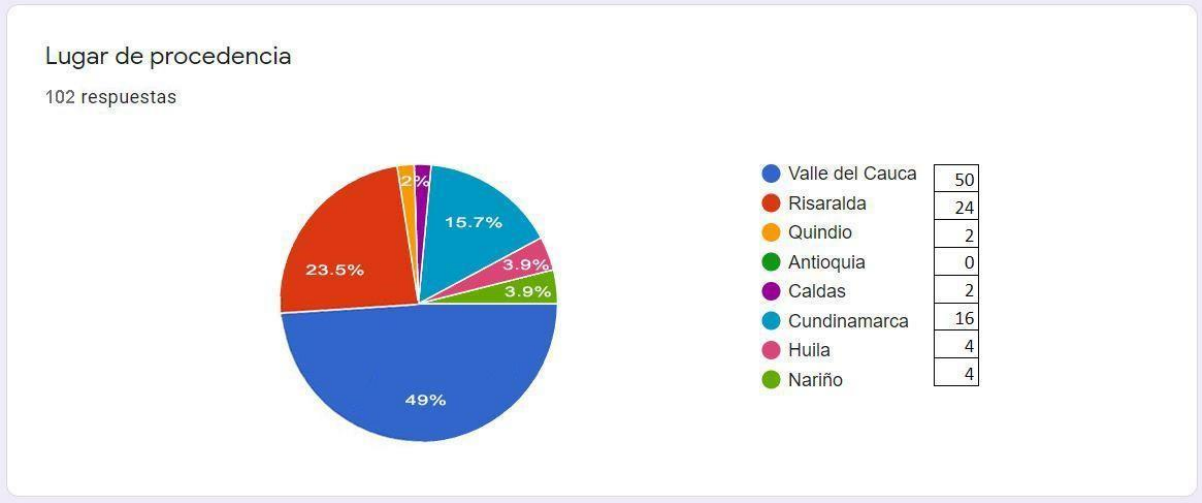
Gráfico 26 Estado civil de los visitantes



2.11.4. Lugar de procedencia

Los principales visitantes del territorio provienen del mismo Departamento donde está ubicado el Parque Natural Regional La Sierpe. En segunda instancia se encuentra el Departamento vecino de Risaralda y con gran sorpresa se identifica a Cundinamarca (Incluye Bogotá) como segundo lugar de origen de los visitantes. Con un porcentaje no superior al 4% se encuentran Departamentos como el Quindío, Caldas, Nariño y Huila, vecinos también cercanos del Valle del Cauca.

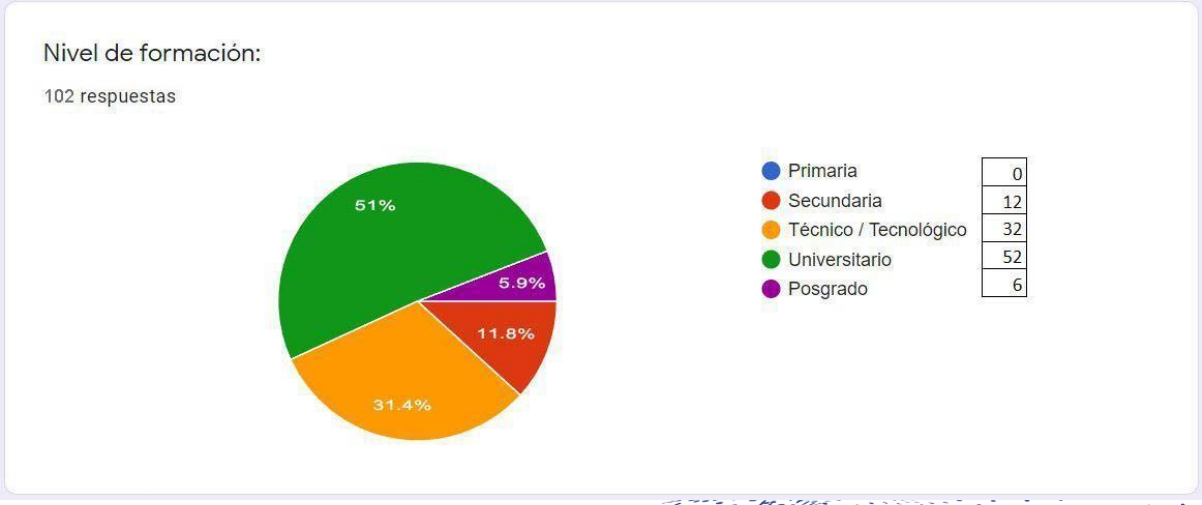
Gráfico 27 Lugar de procedencia de los visitantes



2.11.5. Nivel de formación académica

El 56.9% de las personas que han visitado el Parque Natural Regional La Sierpe tienen formación académica superior. Un 31.4% están en nivel técnico o tecnológico y tan sólo un 11.8% se encuentran en un nivel de secundaria. No hay registro de personas que tan sólo hayan terminado su primaria, lo que también evidencia la nula visita de niños.

Gráfico 28 Nivel de formación de los visitantes

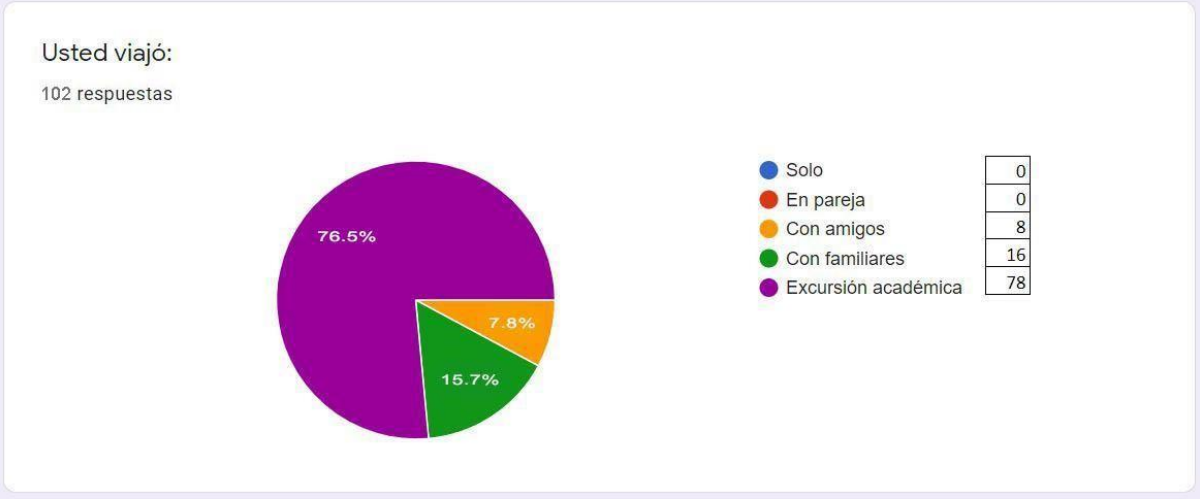


2.11.6. Composición del grupo de viaje

Con esta pregunta y sus respuestas se identificó y ratificó lo expresado por la misma comunidad durante los talleres comunitarios realizados. Que contrastado con las respuestas dadas en la pregunta anterior dejan en evidencia que un alto porcentaje (76.5%) de los visitantes corresponden a grupos de viaje que visitan el territorio para un fin académico. Ya sean pertenecientes a estudios técnicos, tecnológicos o de pregrado. En un grado menor (7.8%) los visitantes son grupos de amigos.

Esto nos permite también pensar en la creación de un producto y campaña de marketing dirigido a grupos de amigos y parejas aventureras.

Gráfico 29 Número de personas por viaje



2.11.7. Frecuencia de visita

Es interesante ver como el 100% de los encuestados sólo han visitado el parque una sola vez. Denotando que no ha existido recompra, dato interesante

para reforzar el marketing post venta y posteriormente analizar el porqué hasta el momento no es un destino de re-visita, como sucede con la costa caribe, por ejemplo.

Gráfico 30 Frecuencia de visita

2.11.8. Número de días destinados a la visita en el territorio

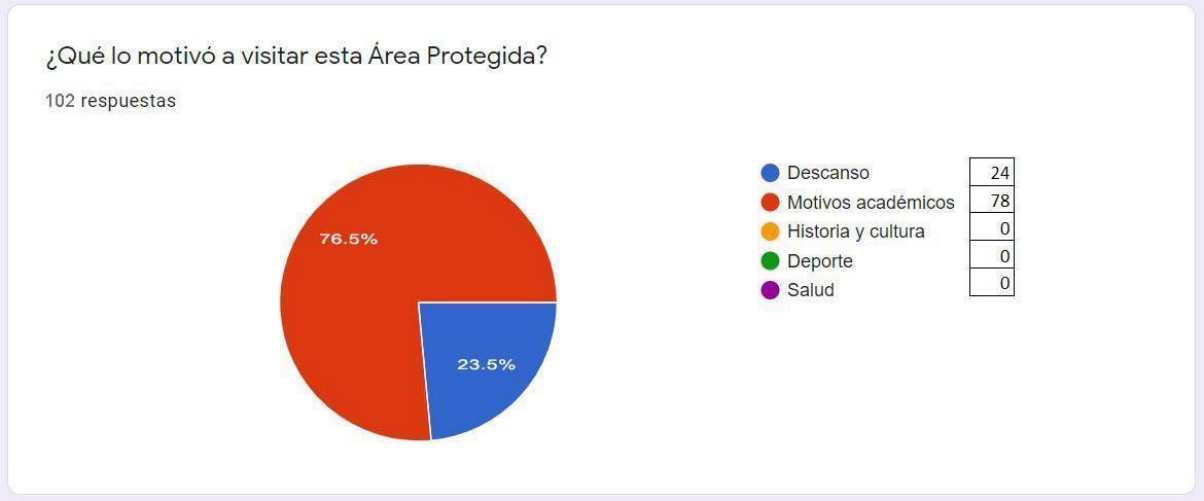
El 62.7% de los visitantes han estado en el territorio más de 4 días, pernoctando entre 3, 4 y hasta 5 noches o más, lo que muestra una importante derrama económica si tenemos en cuenta que no es un destino para estancias muy cortas (de un día o dos). Incluso analizando el 35.3% de permanencia durante 3 días, éste significa que mínimo son dos noches, aproximadamente 6 comidas y cuatro actividades durante su visita.

Gráfico 31 Permanencia

2.11.9. Motivación para ir al Parque Natural Regional La Sierpe

Es claro y re-confirma lo señalado anteriormente respecto al público objetivo que hasta la fecha es el mayor cliente de destino, las visitas o salidas académicas de carácter universitario, principalmente. Incluso, con tan sólo un 23.5% de viajeros motivados por ir al destino en plan de ocio, se evidencia una gran oportunidad si pensamos en cautivar un mercado aventurero, joven y que se encuentra en búsqueda de lugares remotos, auténticos y que permitan el contacto con naturaleza y cultura propia del territorio.

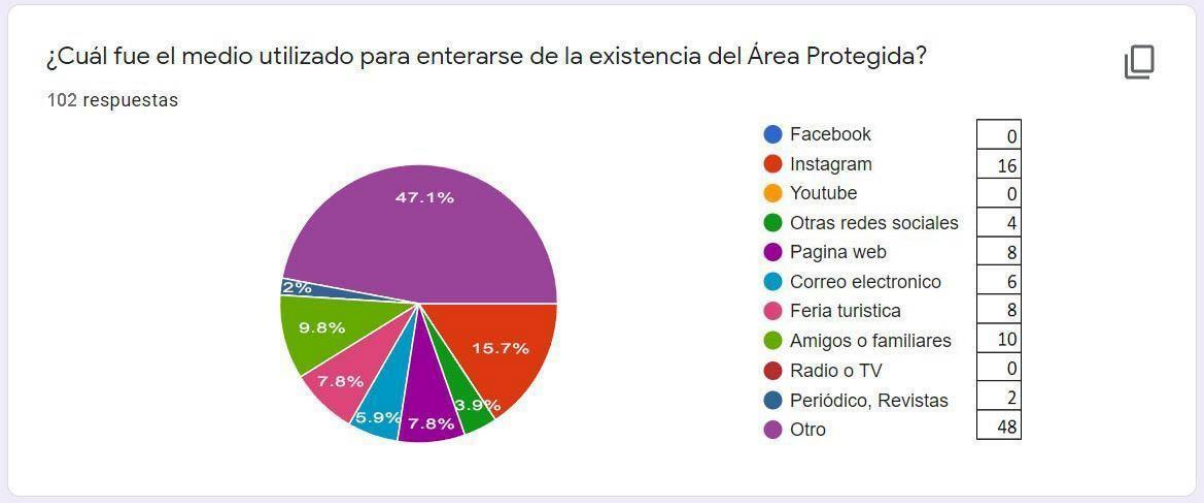
Gráfico 32 Motivación de visita



2.11.10. Medio de comunicación por el cual se enteró del área protegida

El 47.1% de los encuestados respondieron “Otro”, según los datos recopilados anteriormente corresponde a la comunicación que normalmente existe entre los docentes y estudiantes, directamente en clase. Por tal razón el análisis es más significativo si vemos el 33.3% correspondiente a medios electrónicos como redes sociales, email y visita a páginas web, evidenciando con esto la importancia de la presencia en dichos medios. Así mismo, se puede dar importancia al 17.6% que representa la referencia de amigos o familiares (9.8%) y la presencia en ferias de turismo (7.8%), estos dos informados de manera personal y en el primer caso, lo llamado “Voz a Voz” tan importante hoy como hace muchos años ya que es el testimonio de quienes ya visitaron el destino, en donde la calidad de la prestación del servicio, los productos ofrecidos y la recordación positiva marcan la diferencia.

Gráfico 33 Medio de comunicación para enterarse del área protegida



2.11.11. Tipo de alojamiento utilizado

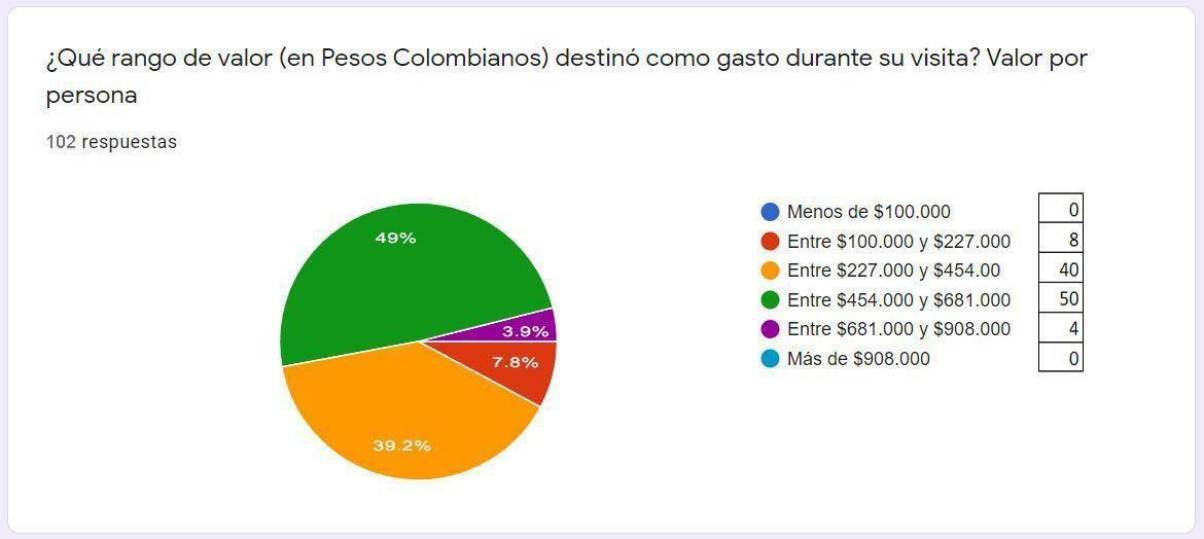
Esta es una pregunta más que todo de validación, en donde se pretende conocer la forma de alojamiento para tener información que me permita conocer las preferencias de hospedaje, sin embargo, en este caso me permite validar que el encuestado efectivamente estuvo en el territorio ya que allí sólo se cuenta con estas dos formas de hospedaje, las otras tipologías fueron tomadas de lugares como Juanchaco, Ladrilleros, La Barra, Maguipi y Chucheros, entre otros. Evidentemente, las condiciones del viajero atendido en la actualidad se evidencian nuevamente en este gráfico, en donde el 78.4% se alojaron en habitaciones, entendiendo que en las salidas académicas los estudiantes suelen compartir habitación para disminuir costos y porque la capacidad de las unidades habitacionales es mayor.

Gráfico 34 Alojamientos utilizados en la visita

2.11.12. Gasto destinado por persona

Entendiendo que el tiempo destinado para la visita va principalmente desde los tres días, en la respuesta a esta pregunta se evidencia la relación de dicho tiempo con el valor destinado para el gasto. En donde el 88.2% corresponde a gastos que oscilan entre los $227.000 y los $681.000 como máximo, es decir de una a tres cuartas partes de un salario mínimo legal vigente mensual de Colombia.

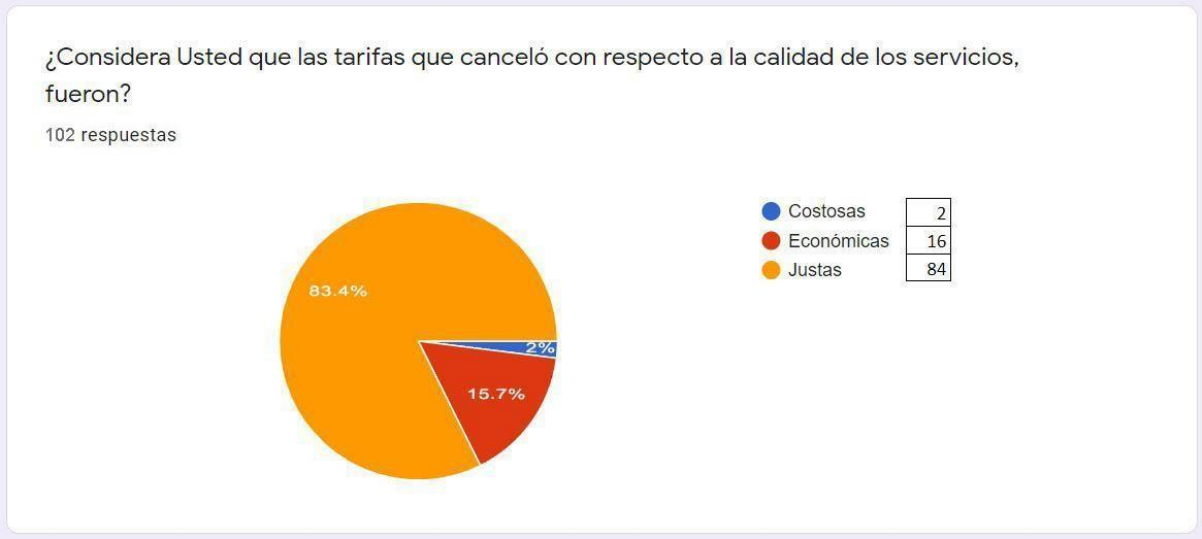
Gráfico 35 Gasto destinado por persona



2.11.13. Relación Costo - Beneficio

83.4% de los encuestados seleccionaron “Justas” las tarifas pagadas referente a lo recibido durante su estadía en territorio, representado en transporte, alimentación, actividades y hospedaje. Un 16 % las considera “Económicas” y tan sólo un 2% “Costosas”. Esto muestra que los precios son asequibles y competitivos, con miras al mercado nacional y más aún si pensamos en un cliente ya cautivo como el universitario.

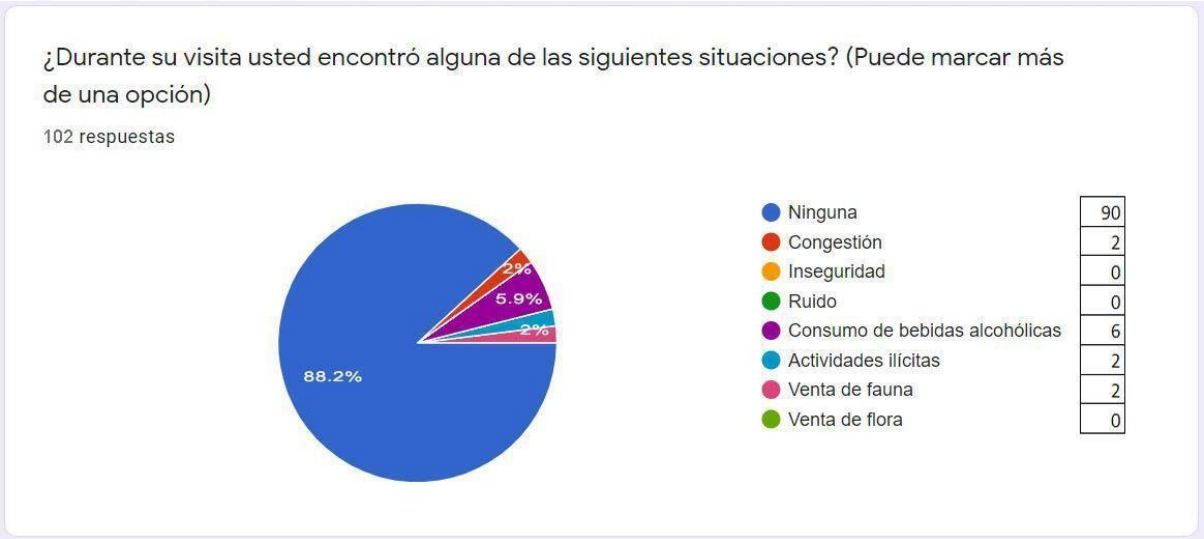
Gráfico 36 Relación Costo-Beneficio



2.11.14. Problemáticas sociales que pudieran impactar negativamente el destino

Afortunadamente los resultados son alentadores, aunque se puede mejorar, con un 88.2% la opción “ninguna” fue la predominante respuesta a la pregunta hecha. Uno de los “problemas” que se ponen en evidencia es el consumo de bebidas alcohólicas, para lo cual se tendrá que tomar algunas medidas si no se quiere relacionar al destino con este tipo de situaciones. Por otro lado, la “Congestión” pudo ser ocasionada en el puerto de Buenaventura o en momentos en los que se atendieron grupos académicos grandes. Lo preocupante (aunque en poca proporción) son los casos de “actividades ilícitas” y “venta de fauna”, que, de acuerdo con una respuesta dada en la última pregunta de esta encuesta, una persona manifestó -Cito textualmente- “En algún momento del viaje, a un compañero le ofrecieron venderle un loro, eran unos niños, los que lo ofrecieron”.

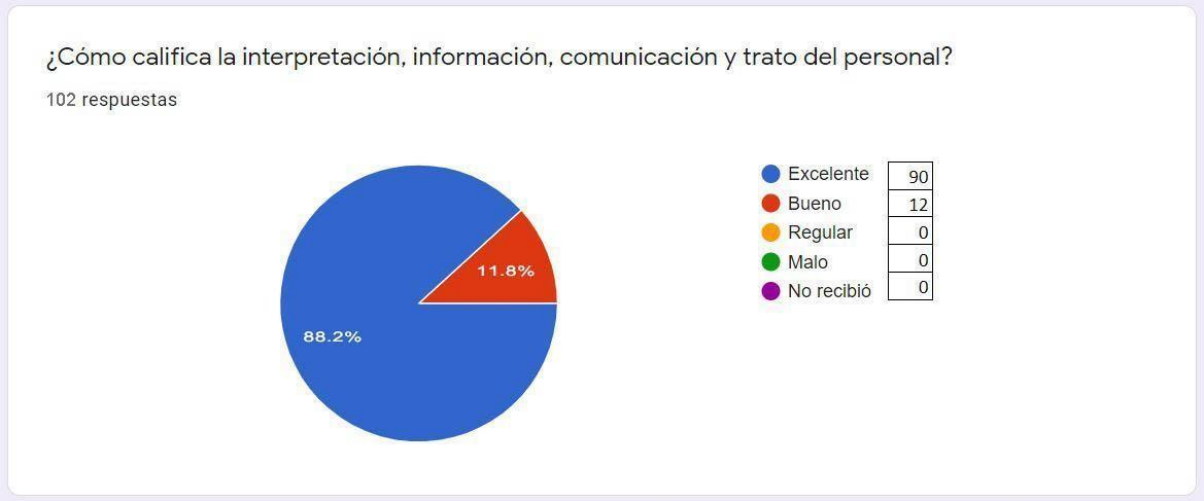
Gráfico 37 Problemáticas sociales



2.11.15. Calificación del servicio

Es gratificante ver respuestas como estas, en donde se evidencia una calificación tan alta y destaca el buen/excelente servicio ofrecido en uno de los componentes más importantes para la prestación del servicio turístico encaminado a la interpretación de la naturaleza y la cultura, y la comunicación con el cliente.

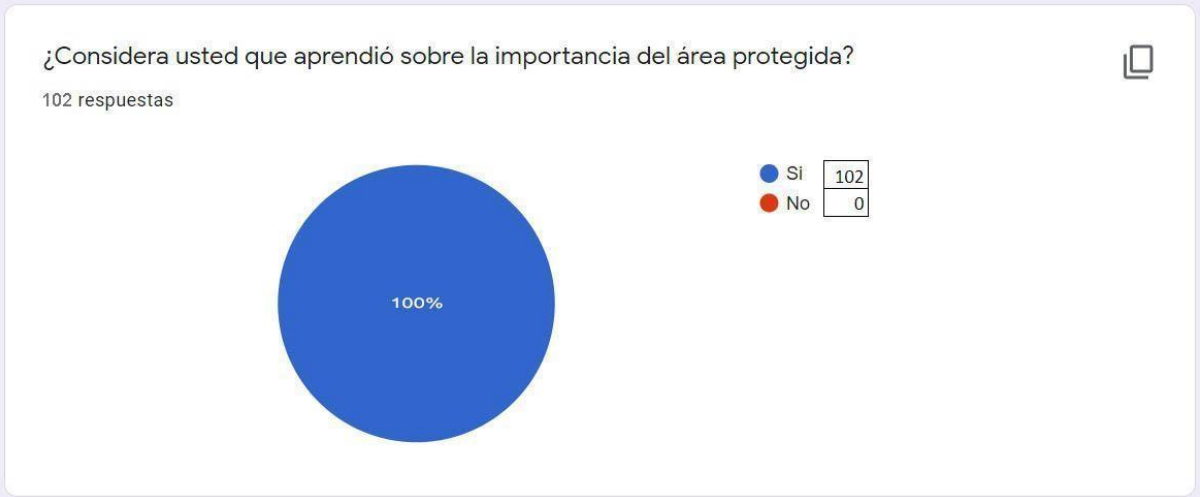
Gráfico 38 Calificación del servicio



2.11.16. Impacto educativo sobre el visitante

Se cumple al 100% con la razón de ser de un área protegida, habitada por personas conscientes que transmiten su conocimiento y más que prestadores de un servicio enseñan sobre el respeto por la naturaleza y salvaguarda de su cultura.

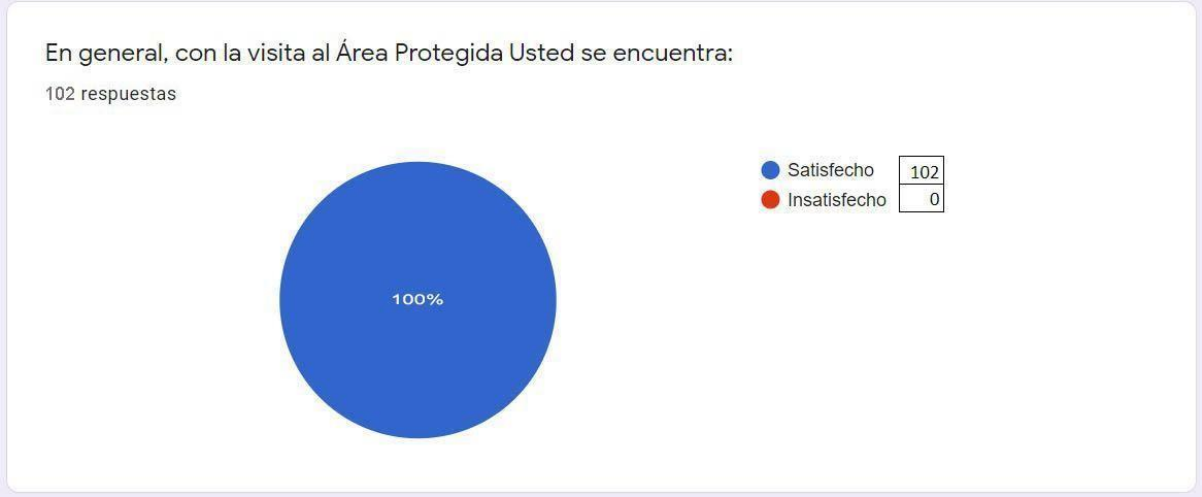
Gráfico 39 Impacto educativo sobre el visitante



2.11.17. Medición del grado de satisfacción

No podría ser mejor. A pesar de algunas situaciones como las mencionadas anteriormente y otras observaciones hechas en pregunta abierta al final del presente cuestionario, el grado de satisfacción es 100% positivo.

Gráfico 40 Medición del grado de satisfacción



2.11.18. Posibilidad de recomendar a otros la visita al PNR La Sierpe

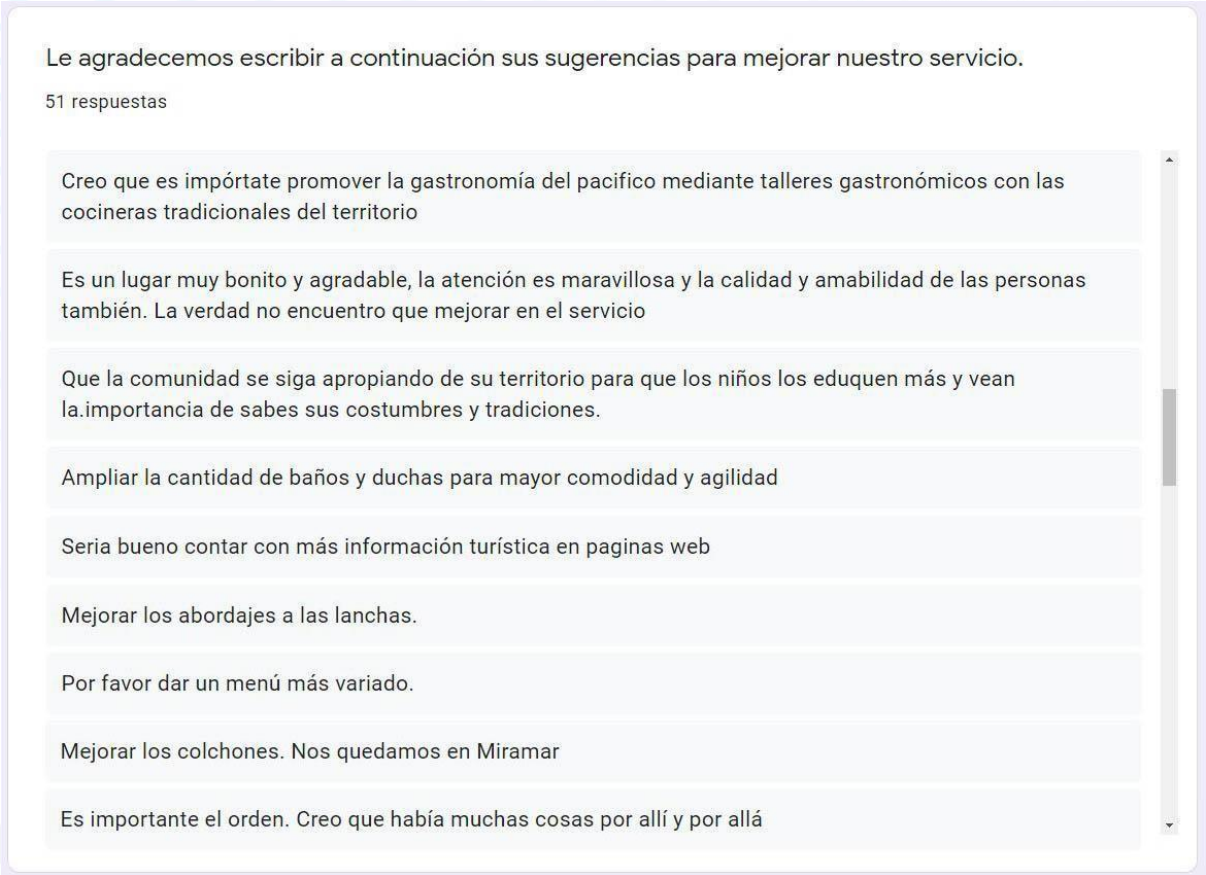
Aquí hay algo interesante, a pesar de que el 100% de las personas se encontraron satisfechos con su visita, hay un 2% de los encuestados que no estarían dispuestos a recomendar a otras personas ir al área protegida. Aunque es mínimo el valor, realmente es importante evaluar y conocer el porqué de esta molestia, aquí operan muy bien las encuestas de satisfacción aplicadas justo antes de partir, para tener la posibilidad de hablar directamente con el afectado y así remediar la molestia y tomar acciones al respecto.

Gráfico 41 Posibilidad de recomendación

2.11.19. Sugerencias recopiladas en pregunta abierta

Aquí están recopiladas algunas respuestas dadas a la pregunta planteada. Se seleccionaron las que se ven a continuación debido a su importancia, las demás respuestas fueron más de agradecimiento que de sugerencia. Se destacan los temas relacionados con la comodidad o facilidades del servicio (Ingreso a las lanchas, colchones, número de duchas, variedad en el menú, limpieza y orden, entre otros). Un punto para resaltar es la importancia que tiene la presencia en internet, falencia actual del destino.

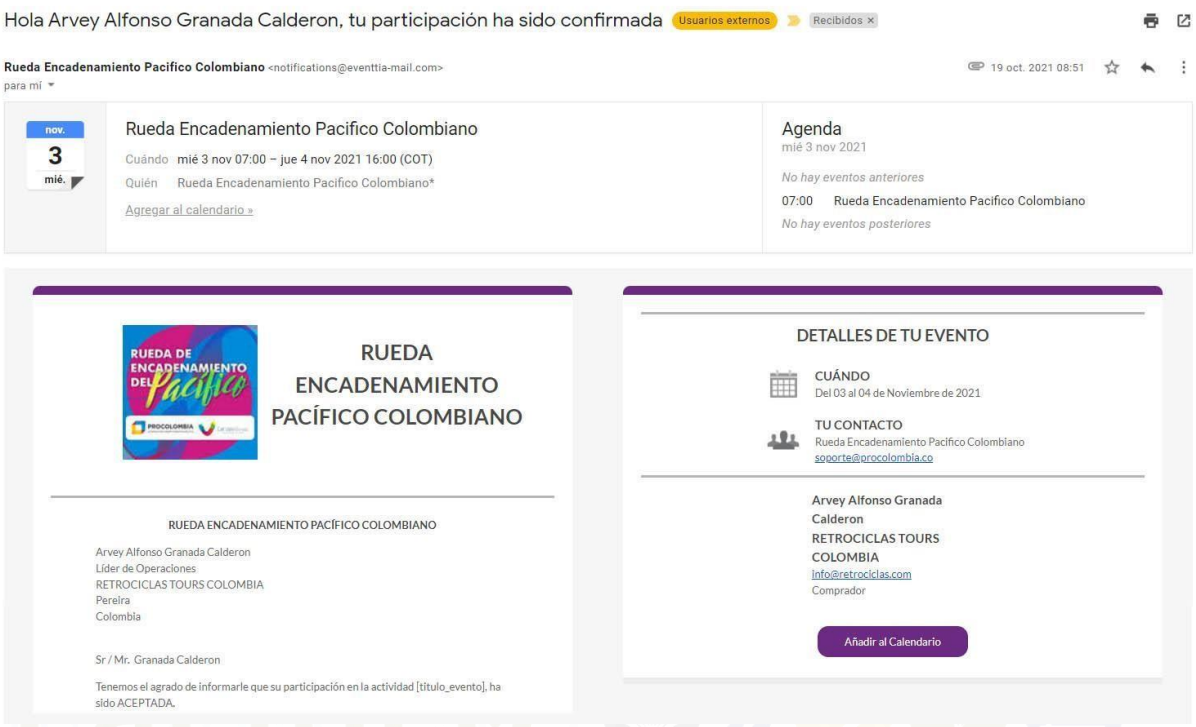
Ilustración 27 Sugerencias recopiladas



2.12. Análisis del mercado potencial

En la Rueda de Negocios participaron 128 empresas ubicadas en Nariño, Cauca, Valle del Cauca y Chocó que ofertan actualmente alojamiento, planes y paquetes, transporte terrestre o marítimo y atractivos turísticos, entre otros, de los cuatro departamentos que hacen parte de la Zona Pacífica Colombiana. Durante la participación se agendaron 23 citas exclusivamente con agencias operadoras y mayoristas especializadas en ofertar turismo de naturaleza en el Valle del Cauca.

Ilustración 28 Parcticipación en Rueda de Negocios



Luego de atender las diferentes citas agendadas, se solicitó el diligenciamiento de la herramienta diseñada para tal efecto, una encuesta digital utilizando la herramienta “Formularios de Google”; de las 23 empresas contactadas 18 respondieron la totalidad de las preguntas.

Ilustración 29 Resumen del formulario de Google

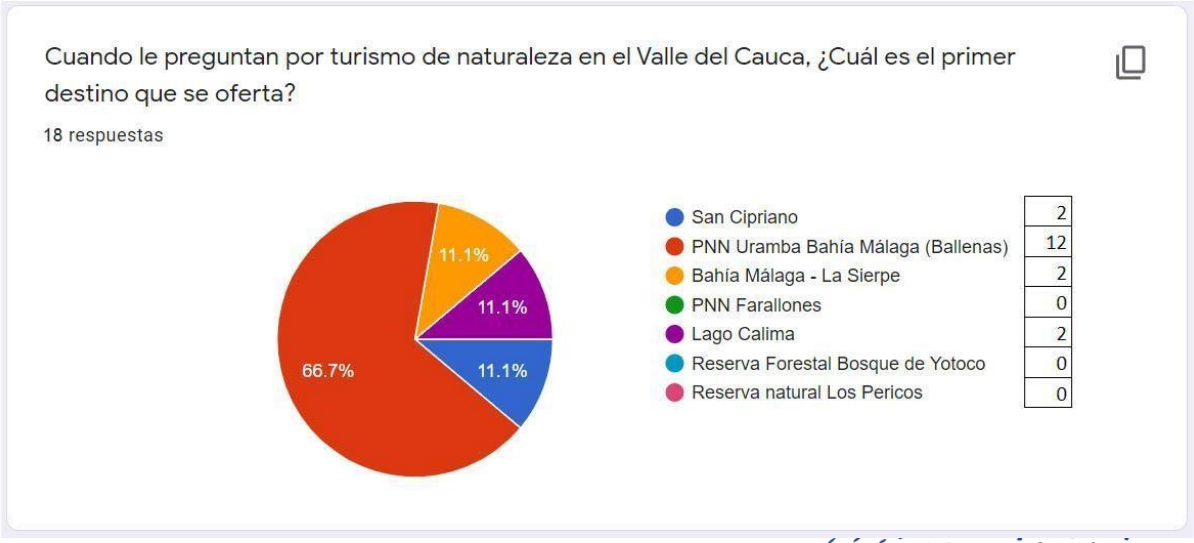
A continuación, se procede con el resultado obtenido como respuesta a cada pregunta:

2.12.1. Destino más ofertado del Valle del Cauca

En primera instancia se evidencia la importancia de Bahía Málaga como primera oferta de turismo de naturaleza del departamento con un 66.7% de preferencia, especialmente asociado a la temporada de Ballenas, entre los meses de junio y noviembre. Seguido de San Cipriano, PNR La Sierpe y Lago Calima con un 11.1% respectivamente.

Estos resultados muestran algo muy positivo para el producto del PNR La Sierpe, ya que tres de los destinos más ofertados hacen parte del Municipio de Buenaventura, con lo que se podría pensar en la posibilidad de articulación de paquetes turísticos multidestino incluso teniendo en cuenta al Lago Calima, entendiendo que es otro de los atractivos turísticos más representativos del Departamento.

Gráfico 42 Destino de oferta en el Valle del Cauca



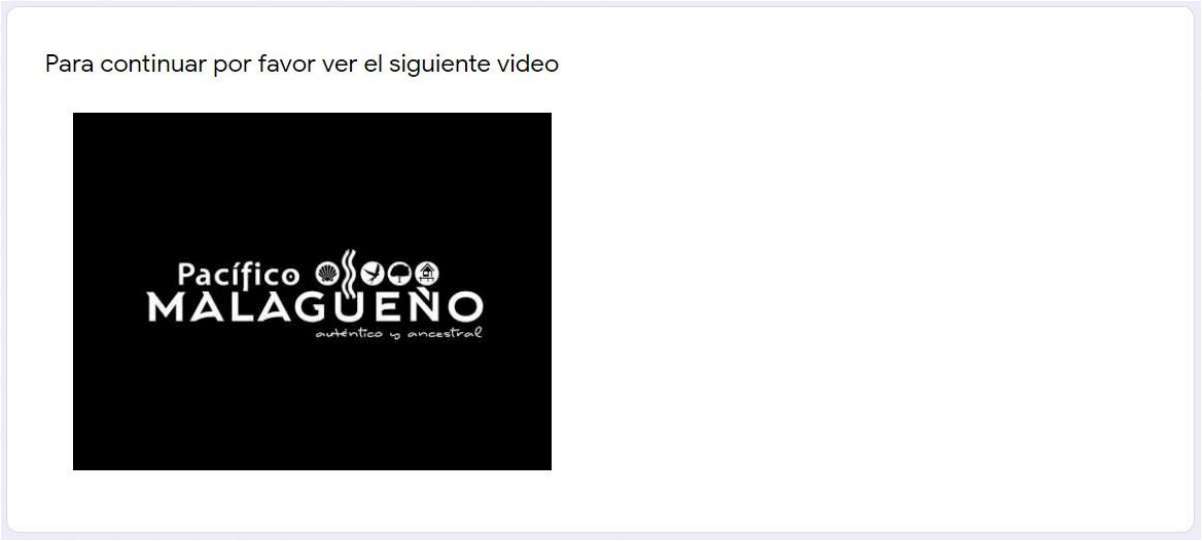
2.12.1.1. Oferta del destino PNR La Sierpe

Claramente la gran mayoría de las agencias operadoras y mayoristas (88.9%) que ofrecen el Departamento del Valle del Cauca no contemplan actualmente la oferta turística del PNR La Sierpe y tan sólo el 11.1% lo conocen y promocionan. Destacando una oportunidad para llegar a las agencias con la oferta de “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral”.

Gráfico 43 Oferta actual del PNR en las agencias

Al formulario se le incrustó el video promocional de “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral” con el objetivo de dar a conocer la marca y el destino para continuar con la aplicación de la encuesta.

Ilustración 30 Video de promoción de destino en cuestionario



2.12.1.2. Interés de ofertar el destino PNR La Sierpe

Esta respuesta con un 100% de afirmación confirma la gran oportunidad que existe en la promoción del destino y comercialización por medio de agencias operadoras y mayoristas.

Gráfico 44 Consideración del PNR dentro de la oferta

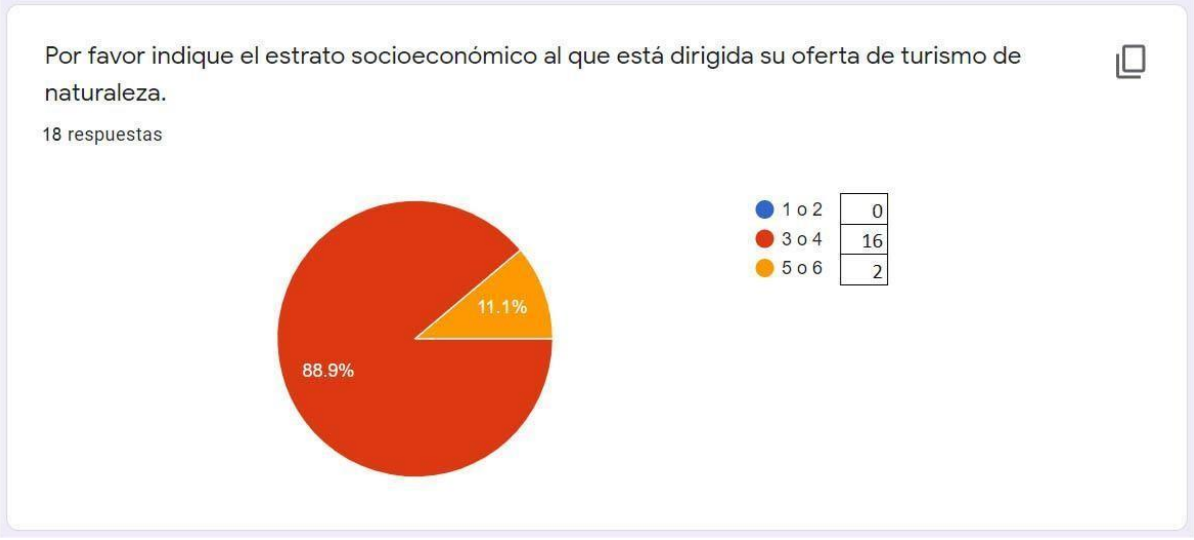
Luego de conocer el interés por parte de las agencias encuestadas se

procedió con la solicitud de información demográfica y datos psicográficos con el fin de determinar el perfil del cliente potencial.

2.12.1.3. Estrato socioeconómico del turista de naturaleza

Las agencias encuestadas están dirigidas a un público objetivo establecido en un estrato socioeconómico centrado en el nivel 3 a 4 (88.9%), lo denominado clase media trabajadora con ingresos entre uno y hasta tres salarios mínimos legales mensuales vigentes. Por otro lado se identifica una representación del 11.1% en estratos altos denominados de “alto consumo” que normalmente son aquellos que toman paquetes para grupos cerrados de amigos o familiares. De la misma manera se evidencia que no existe un enfoque de mercado para las personas ubicadas en el estrato 1 o 2.

Gráfico 45 Estrato socioeconómico al que dirigiría la oferta



2.12.1.4. Composición del grupo de viaje

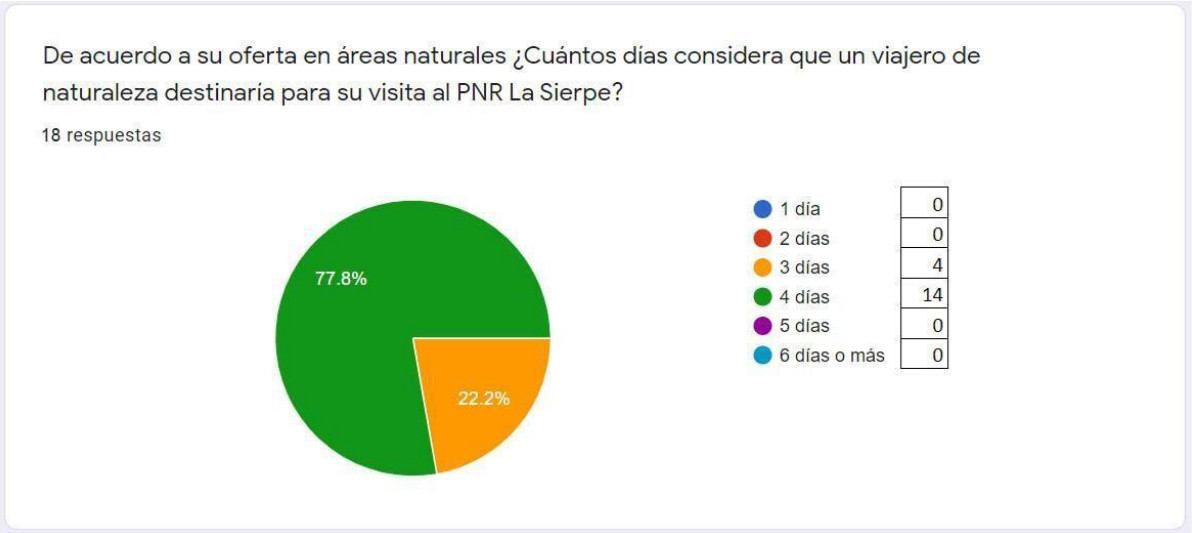
El 88.9% de las agencias encuestadas prefieren viajar en grupos de excursión abierta, es decir, aquellos planes o paquetes que se ofertan con fecha fija establecida por el operador en donde se juntan diferentes personas en composiciones grupales diversas como viajeros individuales, parejas, grupos de amigos o familiares. De esta manera la agencia puede garantizar un número mínimo de personas para la operación y el cliente se beneficia de un precio más económico que si fuera en grupo privado.

Gráfico 46 Número de viajeros de turismo de naturaleza

2.12.1.5. Número de días destinados para la visita al parque

Este dato concuerda en gran medida con lo analizado en el estudio del cliente actual, en donde se evidencia que la duración promedio de la visita es de 3 a 4 días. El 77.8% de las agencias encuestadas registran que cuatro días es el número ideal para un tour de naturaleza en el PNR La Sierpe.

Gráfico 47 Días de viaje



2.12.1.6. Alojamiento preferido por el cliente

Definitivamente podemos interpretar con las respuestas obtenidas que a pesar de ser un plan de naturaleza y el contacto con ella es vital, la comodidad que brinda una habitación (88.9%) o cabaña (11.1%) es superior a las ganas de disfrutar otras formas de alojamiento como la hamaca, el camping o embarcación. Por otro lado, la opción de alojarse en un Ecohab es una preferencia más asociada al viajero independiente de lujo.

Gráfico 48 Alojamiento preferido por los clientes

2.12.1.7. Actividades más representativas y preferidas por los clientes

No es una gran sorpresa ver que el 100% de las agencias encuestadas que tienen como oferta principal el turismo de naturaleza estén interesadas en paquetes turísticos integrales que vinculen actividades de inmersión en la naturaleza y la cultura del territorio. Si bien ya se evidenció que muchas de ellas ofertan Bahía Málaga y San Cipriano, son conocedoras de la riqueza ambiental y cultural del Pacífico, por tal razón consideran que la suma de diversas actividades permitiría generar una gran experiencia para sus clientes.

Gráfico 49 Actividades que se consideran más demandadas

2.12.1.8. Nivel de gasto

La información recopilada en esta pregunta está alineada con la respuesta obtenida al preguntar el número de días a destinar en el parque natural. En donde se fija un valor que concuerda con la duración de la visita, mostrando un rango de gasto que va desde los $454.000 a los $908.000, es decir, entre 0.5 y un (1) salario mínimo legal mensual vigente. Valor que también nos muestra la relación que existe entre estos datos y el nivel socioeconómico determinado en la presente encuesta.

Gráfico 50 Capacidad de pago

2.12.1.9. Razones para no visitar el área natural

Definitivamente la percepción de seguridad es uno de los factores más importantes a la hora de tomar una decisión de viaje. En este caso particular un 100% de los encuestados registran que la inseguridad podría impedir a sus clientes tomar un paquete turístico con destino al PNR La Sierpe. Esto nos muestra que se debe reforzar el mensaje de seguridad y la comunicación precisa a la hora de mercadear el destino con el fin de dejar claro que es un lugar seguro, tranquilo y amable.

Gráfico 51 Razones para no tomar un paquere turístico al PNR

2.12.1.10. Medios de comunicación para promocionar y contactar a clientes potenciales

La respuesta a esta pregunta nos aporta información valiosa para nuestra labor de comunicación y comercialización. Se evidencia la importancia de la presencia en internet para llegar al cliente objetivo, un 77.7% se centran en información dada por Instagram y la propia página web. El 11.1% para facebook y el mismo porcentaje para un encuentro presencial en ferias turísticas.

Gráfico 52 Medios de comunicación para contactarse con clientes potenciales

2.13. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.13.1. Factores Socioculturales

Los habitantes del Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de La Plata Bahía Málaga, en especial las comunidades de La Sierpe y Miramar, viven de la extracción del molusco como la piangua y otros, la pesca, la extracción de madera, el turismo y en menor porcentaje de la agricultura.

Las prácticas cotidianas de la comunidad se agrupan en recreación, deportes y actividades culturales. En la comunidad de La Sierpe se cuenta con un pequeño espacio de recreación donde los niños y jóvenes practican el fútbol, es de anotar que para espacios de recreación los niños de zona rural disfrutan todos los espacios para realizar el disfrute del tiempo libre. La comunidad de Miramar cuenta con un parque de recreación para los niños que se gestionó con apoyo de la Sociedad Portuaria y la Armada Nacional. Las familias del consejo comunitario de Bahía Málaga acostumbran a hacer paseos las comunidades indígenas del Río San Juan, a Juanchaco y a las cascadas de la Sierpe .

Los bailes autóctonos que se conservan hasta hoy en día son el currulao, el arrullo y la danza, también se práctica el vallenato y la salsa. Los instrumentos tradicionales son el bombo, la marimba, el cununo, la guasa, la guitarra y la maraca. (Diagnóstico)

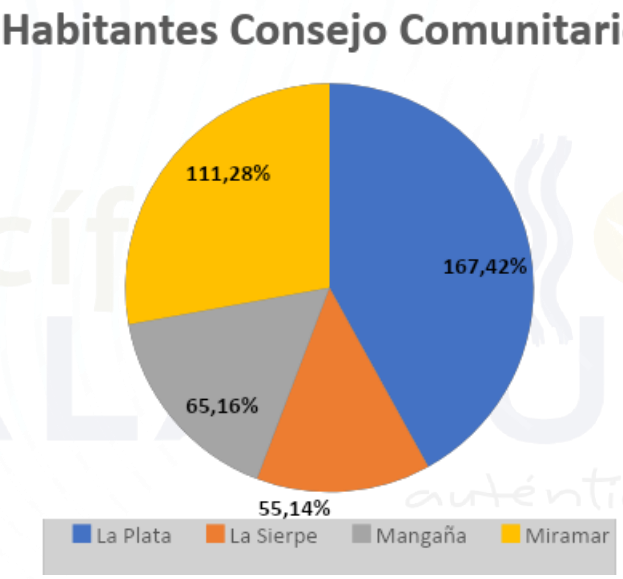
2.13.2. Factores Demográficos

El Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de la Plata Bahía Málaga, se ubica en la República de Colombia, departamento del Valle del Cauca,

al Nor- Occidente del Distrito de Buenaventura, más exactamente en el corregimiento de Bahía Málaga, en el rango altitudinal 0-100 msnm. (Incoder, 2012) cubriendo zonas de bosque Pluvial Tropical y zonas bajas inundables, con una extensión de 25.178 ha.

Basados en un censo realizado en el año 2017 a los pobladores del Consejo Comunitario.

Gráfico 53 Habitantes del consejo comunitario



Se estiman 398 personas que habitan el territorio distribuido en 122 hogares: 55 hogares en La Plata, 29 hogares en Miramar, 22 hogares en La Sierpe y 16 hogares en Mangaña.

Se logra evidenciar que la vereda más poblada dado a su antigüedad, es la vereda de La Plata, sin embargo, Miramar, fue creada recientemente y evidencia un gran crecimiento durante sus 12 años de existencia.

Uno de los aspectos importantes para analizar, es la disminución poblacional, ya que comparando el censo realizado en el 2017 y el 2012, se

genera una disminución del 31% de sus habitantes y el 17% de los hogares. Lo anterior responde al desplazamiento de las personas del territorio a Buenaventura como destino principal, en búsqueda de mejorar sus condiciones de vida.

Lo anterior resalta la importancia de la creación de estrategias que contengan el desplazamiento poblacional ya que entre menos pobladores existan, se hace más difícil preservar los recursos naturales y culturales del territorio.

En el Consejo Comunitario existen 2 puestos de salud, uno ubicado en vereda de La Plata, el cual se encuentra construido, pero aún no se encuentra equipado para la prestación del servicio, este cuenta con una lancha ambulancia para realizar los traslados. El otro puesto de salud se encuentra ubicado en la vereda de La Sierpe el cual funciona únicamente para las brigadas de salud.

Para atender a las 4 comunidades, cuentan con una promotora de salud que se desplaza ocasionalmente por las veredas con una dotación insuficiente para la prestación del servicio.

En primeros auxilios se acude a la atención de médicos tradicionales del territorio, pero en caso de emergencia se deben de realizar traslados a la Base Naval o a Buenaventura.

En cuanto al sistema de salud, según el censo realizado en el año 2017, existe un buen porcentaje de la población que no cuenta con ningún tipo de afiliación al sistema de salud, teniendo en cuenta que para cualquier trámite se debe de realizar el desplazamiento a Buenaventura.

2.13.3. Factores Económicos

Las familias que habitan el territorio han subsistido del uso y aprovechamiento de los recursos del mar y el bosque. Las prácticas de producción tradicionales han sido la Pesca, La recolección de conchas y productos no maderables del bosque, el corte de madera, La agricultura y la cacería.

La Pesca, ha sido la actividad económica que más se desarrollaba en estas comunidades, pero actualmente ha disminuido por el alto costo del combustible.

El Turismo, esta actividad se ha visto en aumento, esta es una actividad que genera un ingreso económico alternativo a la población ya que la zona es visitada por turistas locales, regionales, nacionales e internacionales.

Corte de Madera: Esta actividad la realizan tanto los hombres como las mujeres y generalmente se hace en minga.

En la comunidad de la Sierpe la principal actividad económica es el corte de madera representada con un 36,36% de dedicación, seguido de la pesca con el 23,22 %, la recolección de piangua con el 21,86%, la Agricultura con el 9,66, la cacería con el 6,02%, otras actividades 2,2 %, Recolección de otros moluscos como la zangara 0,68% y el ecoturismo 0%. Vale la pena resaltar que en la categoría de otros oficios figuran trabajadores de la base naval por su cercanía a este complejo militar.

También es notorio la poca participación del ecoturismo teniendo en cuenta que los sitios turísticos más visitados en la actualidad se encuentran en esta vereda. (Diagnóstico).

2.13.4. Matriz DOFA

Matriz de análisis para conocer las características más relevantes internas y externas del área de estudio para el plan de turismo de naturaleza del Parque Natural Regional La Sierpe.

Tabla 50 Factores internos

FACTORES INTERNOS	
Debilidades	**Fortalezas**
D1. Inexistencia de un producto estructurado y su respectiva marca turística.	F1. Atractivos naturales y culturales de gran valor para la creación de una oferta turística estructurada.
D2. Inexistencia de estrategias de comunicación y marketing del destino.	F2. Líderes de la comunidad con buena reputación y capacidad de convocatoria para facilitar el desarrollo de un plan de turismo.
D3. Muy poca exposición del destino en internet y redes sociales.	F3. Disposición de los habitantes del territorio para la creación colectiva del producto y su marca turística.
D4. Falta de capacitación en estrategias de captación de nuevos clientes y negociación.	F4. Talento humano dispuesto a aprender sobre la prestación de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, actividades experienciales, comercialización, etc)
D5. Desarticulación de actores locales para la creación de actividades experienciales (Sazoneras, artesanas, pescadores, piangüeras, agricultores).	F5. Credibilidad y buenas relaciones de los habitantes del territorio y sus asociaciones con las instituciones del estado y no gubernamentales (CVC, Alcaldía de Buenaventura, Universidad Autónoma de Occidente, entre otras).

D6. No tener implementado el uso de plataformas digitales para pagos electrónicos.	F6. Habitantes del territorio con principios formados que permiten la oferta basada en un modelo de turismo comunitario.
D7. Falta de estandarización tarifaria.	
D8. Alto costo de la operación de transporte marítimo.	
D9. Inexistencia de un punto de información turística.	

Tabla 51 Factores externos

FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades	**Amenazas**
O1. Impacto en diferentes medios digitales para atraer al cliente objetivo, acorde al perfíl definido para ello.	A1. Estacionalidad marcada por el avistamiento de ballenas.
O2. Oferta de eventos presenciales y virtuales que reúnen a clientes potenciales con proveedores (Ferias y ruedas de negocios de turismo, giras comerciales).	A2. Destinos cercanos (Juanchaco, Ladrilleros, La Barra, Maguipi, entre otros) muy posicionados.
O3. Crecimiento de viajeros en el año 2021 desde concepto de "Slow Tourism" y el turismo de naturaleza.	A3. Viralización (Exposición masiva) del destino. Ocasionando con ello la ruptura de capacidad de la carga y presencia de impactos negativos asociados al turismo masivo.
O4. Interés de las entidades gubernamentales en promocionar el turismo "post-pandemia" con el ánimo de facilitar la	A4. Deficiente servicio de telecomunicaciones (telefonía e internet).

reactivación económica.	
O5. Gran oferta de cursos virtuales en temas relacionados con el turismo, marketing y comercialización.	A5. Estigma social negativo del territorio, asociado a los antecedentes del conflicto armado.
	A6. Vías de comunicación hacia Buenaventura muy susceptibles a cierres por deslizamientos naturales y bloqueos por el gremio transportador.
	A7. Presencia no controlada de visitantes desde otros destinos cercanos, lo que puede ocasionar una imagen de turismo alejado del modelo basado en el turismo comunitario y sostenible.

2.13.5. Análisis Matricial

El análisis matricial por medio de la estructuración de una Matriz de Evaluación de Factor Interno -MEFI- y la Matriz de Evaluación de Factor Externo -MEFE- nos permite realizar una auditoría específica del objeto de estudio, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias propuestas y conocer con detalle su impacto; dentro del instrumento nos permite evaluar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades más relevantes y así formular estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos de marketing y comercialización que permitan a la marca y los productos creados llegar al mercado objetivo.

Tabla 52 Matriz de Evaluación de Factor Interno - MEFI.

FACTORES INTERNOS CLAVES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR
FORTALEZAS			
F1. Atractivos naturales y culturales de gran valor para la creación de una oferta turística estructurada.	8%	4	0.32
F2. Líderes de la comunidad con buena reputación y capacidad de convocatoria para facilitar el desarrollo de un plan de turismo.	5%	4	0.2
F3. Disposición de los habitantes del territorio para la creación colectiva del producto y su marca turística.	5%	4	0.2
F4. Talento humano dispuesto a aprender sobre la prestación de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, actividades experienciales, comercialización, etc)	5%	3	0.15
F5. Credibilidad y buenas relaciones de los habitantes del territorio y sus asociaciones con las instituciones del estado y no gubernamentales (CVC, Alcaldía de Buenaventura, Universidad Autónoma de Occidente, entre otras).	8%	3	0.24
F6. Habitantes del territorio con principios formados que permiten la oferta basada en un modelo de turismo comunitario.	3%	3	0.09
DEBILIDADES			
D1. Inexistencia de un producto estructurado y su respectiva marca turística.	6%	4	0.24

D2. Inexistencia de estrategias de comunicación y marketing del destino.	7%	3	0.21
D3. Muy poca exposición del destino en internet y redes sociales.	6%	2	0.12
D4. Falta de capacitación en estrategias de captación de nuevos clientes y negociación.	8%	2	0.16
D5. Desarticulación de actores locales para la creación de actividades experienciales (Sazoneras, artesanas, pescadores, piangüeras, agricultores).	11%	2	0.22
D6. No tener implementado el uso de plataformas digitales para pagos electrónicos.	8%	2	0.16
D7. Falta de estandarización tarifaria.	5%	2	0.1
D8. Alto costo de la operación de transporte marítimo.	8%	2	0.16
D9. Inexistencia de un punto de información turística.	7%	1	0.07
TOTAL	100%		**2.41**

Tabla 53 Matriz de Evaluación de Factor Externo - MEFE.

FACTORES EXTERNOS CLAVES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR
OPORTUNIDADES			
O1. Impacto en diferentes medios digitales para atraer al cliente objetivo, acorde al perfíl definido para ello.	13%	2	0.26
O2. Oferta de eventos presenciales y virtuales que reúnen a clientes potenciales con proveedores (Ferias y ruedas de negocios de turismo, giras comerciales).	11%	2	0.226

O3. Crecimiento de viajeros en el año 2021 desde concepto de "Slow Tourism" y el turismo de naturaleza.	8%	1	0.083
O4. Interés de las entidades gubernamentales en promocionar el turismo "post-pandemia" con el ánimo de facilitar la reactivación económica.	8%	2	0.166
O5. Gran oferta de cursos virtuales en temas relacionados con el turismo, marketing y comercialización.	3%	1	0.03
AMENAZAS			
A1. Estacionalidad marcada por el avistamiento de ballenas.	2%	1	0.02
A2. Destinos cercanos (Juanchaco, Ladrilleros, La Barra, Maguipi, entre otros) muy posicionados.	2%	1	0.02
A3. Viralización (Exposición masiva) del destino. Ocasionando con ello la ruptura de capacidad de la carga y presencia de impactos negativos asociados al turismo masivo.	14%	2	0.28
A4. Deficiente servicio de telecomunicaciones (telefonía e internet).	18%	2	0.36
A5. Estigma social negativo del territorio, asociado a los antecedentes del conflicto armado.	4%	2	0.08
A6. Vías de comunicación hacia Buenaventura muy suceptibles a cierres por deslizamientos naturales y bloqueos por el gremio transportador.	5%	2	0.1

A7. Presencia no controlada de visitantes desde otros destinos cercanos, lo que puede ocasionar una imagen de turismo alejado del modelo basado en el turismo comunitario y sostenible.	11%	1	0.11
TOTAL	100%		**1.735**

2.13.6. Matriz de Mercado Interno y Externo - MIME

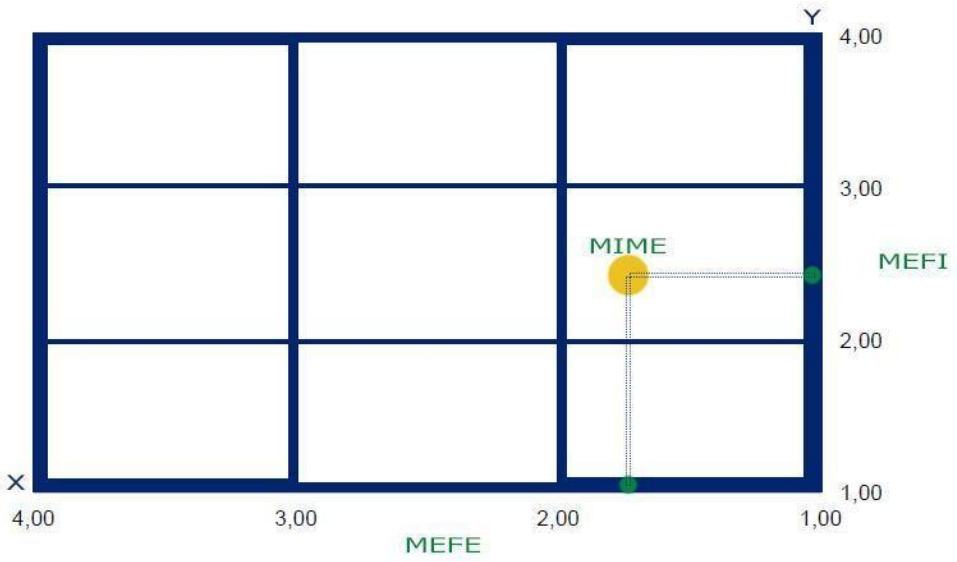
La matriz MIME está contenida por nueve cuadrantes que permiten demostrar la posición en la cual se ubica el destino PNR LA Sierpe, los cuales se mencionan a continuación, mostrando el estado, el cual es representado según el número del cuadrante:

- Crecimiento y desarrollo (cuadrantes I, II y IV).
- Mantenerse, retener y resistir. Diversificando o creciendo selectivamente. (III, V y VII).
- Reducir, cosechar o desinvertir (VI, VIII y IX).

Luego de obtener la ponderación de los valores que alimentan la matriz MIME, los cuales están representados en el cruce de la matriz MEFI la cual resume y evalúa las fortalezas y las debilidades definidas por las auditorías internas y está compuesta por el eje de las Y y la matriz MEFE la cual permite evaluar los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas, resultado del análisis externo de la empresa y se exponen en el eje X, es necesaria confrontar ambos resultados, los cuales permitirán conocer la posición actual, además de servir como un referente para la toma de decisiones que permite atacar el mercado,

resistir con lo que se tiene, esto depende de la posición que resulte del análisis.

Ilustración 31 Matriz MIME del Parque Natural Regional La Sierpe.



MIME		Tamaño de la Burbuja
MEFI	2.41	2.0725
MEFE	1.735	

La información resultante para la matriz MIME expone una posición del eje de las X MEFE de 1.735 y para el eje de las Y MEFI de 2.41 lo cual ubica la matriz en la posición de “Reducir o desposeer” como lo indica el punto amarillo del gráfico anterior. Allí se evidencia que el estado actual del destino en el aspecto interno es mayor frente a los aspectos externos, con gran preocupación en las debilidades que además superan a las fortalezas, así como las amenazas a las oportunidades, lo que deja al destino en una posición por debajo de la media del puntaje, pero con evidencia de grandes cosas por hacer para abarcar un mercado

potencial que está en búsqueda de atractivos y actividades de naturaleza y cultura.

Teniendo en cuenta lo anterior, el análisis MIME del PNR La Sierpe nos indica, por un lado, que se deben reducir y controlar estrictamente los gastos y mantener el costo en su mínimo nivel, a la vez que se realiza un seguimiento continuo de las diferentes áreas operativas, en especial la de prestación directa del servicio turístico relacionada con el transporte marítimo y la alimentación. Por otro lado, se deben crear estrategias que permitan llegar al mercado objetivo, siendo indispensable la implementación de las estrategias y proyectos propuestos en el presente estudio que permitan maximizar la calidad del servicio teniendo en cuenta su infraestructura física y técnica, mejorar el posicionamiento del destino en internet y demás escenarios de comercialización, además de mejorar con capacitación el capital humano necesario para atender la demanda del mercado.

2.14. Estrategias de visibilidad, atracción, conversión del tráfico y fidelización de clientes para el destino turístico

Una vez realizado el exhaustivo trabajo de investigación, construcción comunitaria, análisis y diagnóstico, tanto estadístico como estratégico, se comienza con el trabajo de planificación estratégica del marketing turístico. Dicha planificación comienza con la determinación de la meta final del plan (Objetivo principal del producto), seguida por los objetivos estratégicos, los cuales son indispensables cumplir, para poder alcanzar dicha meta. El siguiente paso será la determinación de las líneas de acción estratégicas, las cuales determinan las

directrices a seguir en el plan.

Ilustración 32 Estrategias de visibilidad

2.14.1. Definición del objetivo del producto

Promover el PNR La Sierpe con el producto “Pacífico Malagueño, Auténtico y Ancestral” como un destino ideal para el turismo de naturaleza, operado bajo el modelo de sostenibilidad del Turismo Comunitario.

2.14.1.1. Objetivos estratégicos

- Promocionar el destino dirigiendo la oferta hacia nuevos nichos de mercado.
- Incrementar la presencia, interacción y comercialización en medio digitales.
- Identificar escenarios presenciales de promoción y comercialización turística.

2.14.2. Estrategias de visibilidad, atracción, conversión del tráfico y fidelización de clientes para el destino turístico

Tabla 54 Estrategias de marketing y comercialización Online

Marketing y comercialización Online	
Estrategias	**Acciones**
Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization)	- Crear una página web del destino optimizada para dispositivos móviles.
	- Identificar las etiquetas/keywords que utilizarían los clientes para encontrar el destino.
	- Crear contenido enfocado en los servicios y productos ofrecidos, incorporando las etiquetas/keyword identificadas.
	- Agregar imágenes totalmente relacionadas al contenido que se publica, asignando "keywords".
	- Utilizar enlaces internos y externos para darle autoridad y relevancia al sitio.
Campañas de Social Media	- Hacer presencia en las redes sociales que frecuentan los clientes potenciales.
	- Definir el objetivo (Promoción, interacción o venta) y una estrategia para crear contenido de valor que conecte con los seguidores. Además de definir la frecuencia de publicación, tonalidad, tipo de contenido, etc.
	- Publicar este contenido de propia autoría, etiquetar, compartir, republicar o dar los créditos en caso de ser necesario.
	- Realizar concursos de premios (El mejor comentario o mejor foto, un "giveaway", etiquetar para ganar, entre otros)

	- Utilizar herramientas de promoción paga. Instagram Ads, Facebook Ads, Youtube Ads, etc.
	- Definir un protocolo de gestión de comentarios y respuestas.
Campañas de Email Marketing	- Definir el objetivo de la campaña (Promoción, Suscripción al newsletter, Venta, Recepción de comentarios, etc.)
	- Escoger un proveedor del servicio (Acumbamail, Mailchimp, Benchmark Email, entre otros).
	- Diseño de la campaña y recordar siempre el llamado a la acción.
	- Analizar las métricas y realizar acciones de mejora.
Marketing de influencers	- Definir el objetivo de la campaña (Promoción del destino, incremento de seguidores o likes, ventas).
	- Identificar, buscar y contactar al influencer adecuado para la promoción del destino.
	- Darle pautas (guidelines) bien definidas que muestren la esencia de la marca. Co-crear la estrategia.
	- Medir los resultados obtenidos.
Blog del destino	- Definir la plataforma (Página propia, Blogger, WordPress, Overblog, entre otros.)
	- Crear contenido de valor y con cierta frecuencia. Acompañado de fotos y videos que refuercen el tema tratado.
	- Contar con una forma de recibir el "Feedback" de la audiencia cautiva. (Acceso a comentarios o mensajes directos)

	- Medir las estadísticas de ingreso, tiempo de lectura, rebote.
Posicionamiento SEM (Search Engine Marketing)	- Identificar las etiquetas/keywords que utilizarían los clientes para encontrar el destino.
	- Definir el "Buyer Persona".
	- Fijar el monto de la inversión.
	- Montar la campaña en el proveedor seleccionado. El mejor es Google Ads.
	- Usar técnicas de remarketing
	- Monitorear y mejorar los anuncios.
	- Analizar las métricas y medir el retorno de la inversión.
OTA (Online Travel Agency)	- Seleccionar la o las OTAs de preferencia (Tripadvisor, Despegar, Expedia, Priceline, Orbitz Worldwide, Travelocity, entre otras.)
	- Tener la información completa de los tours (Ver fichas de los paquetes según norma NTS AV04). Igualmente tener fotos y videos que ilustren los paquetes a ofertar.
	- Subir la información, fijar valor de comisión y publicar.
Ecommerce	- Crear una tienda virtual en la página web del destino o del operador turístico local, que se pueda enlazar a una tienda en Instagram o facebook, entre otros.
	- Utilizar las redes sociales, el blog, las campañas de email marketing y demás, para desarrollar un plan de inbound marketing. Todo suma a la hora de vender.
	- Tener varias opciones de pago electrónico (Paypal, PayU, PSE, ePayco, Mercado pago, Daviplata, Nequi, entre otros).

Reviews (Comentarios)	- Estar seguro de haber brindado un servicio, producto y experiencia memorable.
	- Solicitar que se haga el comentario correspondiente en páginas de las OTAs, en redes sociales, en la página del destino u operador turístico local, entre otros). En donde se hable de la calidad del servicio y atención, del lugar, la comodidad, las experiencias, etc.
	- Enviar al cliente un email en fechas especiales. Esto genera recordación y fidelización. También publicar bajo el hashtag "#TBT" o etiquetando en redes a las personas que vivieron alguna experiencia anteriormente.
Marketing y comercialización Offline	
Estrategias	**Acciones**
Anuncios en medios tradicionales	- Pautar en radio, prensa escrita o televisión.
	- Realizar un "Press Trip" (viaje de prensa) que permita la exhibición del destino en medios de manera "gratuita". Aunque realmente es un canje de servicios porque se deben cubrir todos los gastos de viaje.
	- Enviar boletines, artículos, editoriales, notas de prensa, videos, etc. A medios de comunicación amigos que estén dispuestos a colaborar gratuitamente con la promoción del destino.
Promoción en ferias de turismo	- Identificar y seleccionar las ferias de turismo que se hacen local, regional o nacionalmente durante el año.
	- Gestionar los recursos para participar de ellas. Muchas tienen el apoyo económico de instituciones como la Alcaldía, Gobernación, CVC, Cámaras de Comercio, Procolombia, Acotur y Anato, entre otros.

	- Capacitar en habilidades comerciales a los habitantes del territorio que hagan parte de la cadena de valor del turismo, para que sean éstos quienes representen el destino en dichos eventos.
Alianzas comerciales	- Identificar aquellas agencias de viajes operadoras nacionales y mayoristas que comercializan productos de turismo de naturaleza.
	- Contactar y agendar citas para presentar el destino y el correspondiente portafolio de servicios y productos.
	- Atender las citas con toda la información requerida. Punto crucial, los precios, definiendo tarifas netas o comisionables, descuentos para grupos, fechas de temporada alta o baja, condiciones de reserva y cancelación, formas de pago, entre otros.
	- Participar en Ruedas de Negocios de turismo. Identificarlas y al igual que en las ferias, gestionar los recursos para hacer parte de ellas.
	Realizar un "FAM Trip" (Viaje de familiarización) que permita a las agencias interesadas en promocionar el destino y comercializar los paquetes turísticos, conocer de primera mano las actividades experienciales, el servicio y calidad del producto, para posteriormente incorporarlo en sus portafolios

2.15. Plan de medios

2.15.1. Diagnóstico de la comunicación interna y externa del Consejo Comunitario de la comunidad negra La Plata Bahia Málaga.

La comunicación del Consejo Comunitario de la Comunidad Negra La Plata Bahía Málaga en el marco del prediagnóstico de turismo de naturaleza, aún no cuenta conun documento formal que la avale, por tanto, no está propiamente desarrollada.

Actualmente, la comunicación es manejada por los líderes, quienes la realizan a través de llamadas por celular, correos electrónicos, WhatsApp, Facebook personaly en otros casos, la comunicación oral que se da en las reuniones, la cual juega unpapel fundamental a la hora de informar a los interesados.

En redes sociales, aún no tienen una presencia sólida; así mismo, hay poca información publicada acerca de ellos. Uno de los medios que en contadas ocasiones ha realizado publicaciones por internet, es El Tiempo; en la red, podemos encontrar algunas notas, así como otras páginas que pretenden comercializar sus productos y servicios y hacen una pequeña mención del territorio, sobre todo, en épocas de Avistamiento de ballenas.

Al generar un plan de comunicaciones en el marco de marketing de naturaleza y verde, se pretende crear una imagen positiva y una reputación adecuada, con el ánimo de posicionar los productos y servicios turísticos que ofrece el territorio y deesta manera, garantizar una mejor calidad de vida a sus habitantes.

2.15.2. Plan de comunicaciones

Como acciones comunicativas se ha planteado el desarrollo de piezas que promuevan la visitancia y los atractivos naturales y cultiurales del destino.

1. 10 piezas digitales por ruta (Postales **Anexo 15)**
2. Videos promocionales del destino y por ruta **(Anexo 16)**
3. Diseño gráfico del producto turístico **(Anexo 9)**
4. Plegable promocional **(Anexo 14)**
5. Cartilla digital del producto **(Anexo 18)**
6. Guiones interpretativos **(Anexo 17)**

2.15.3. Plan de medios

Como estrategias de comunicación del proyecto, se realizaron 20 acciones de divulgación: 10 en redes sociales de organizaciones comunitarias como Ecomanglar, Biotur, Mujeres Piangueras, así mimo en redes sociales de guías turísticos de la zona, y 10 en medios de comunicación físicos y digitales como: Emisora de la Universidad Tecnológica de Pereira 88.2, Emisora del Ejército Colombiano en Pueblo Rico, Emisora comunitaria Voces del pacífico de Buenaventura, Tres60.travel canal de turismo en Argentina, publicación física y digital en la revista Destino Café, Emisora cultural de Pereira Remigio Antonio Cañarte, informativo de la CVC, canal Yubarta TV de la universidad del Pacífico, periódico digital tsmnoticias.com del departamento del Huila. En el **Anexo 19** se encuentran las evidencias de las acciones de divulgación.

Enlaces de acciones de divulgación en el desarrollo del proyecto en redes

sociales

1. https://www.instagram.com/p/CXUTtQ3J0PT/?utm_medium=copy_link
2. https://www.instagram.com/p/CXKm39Os0xt/?utm_medium=copy_link
3. https://www.instagram.com/tv/CXUTYlsJwL_/?utm_medium=copy_link
4. https://www.instagram.com/p/CXKm39Os0xt/?utm_medium=copy_link
5. https://www.instagram.com/p/CVVMxhdAllM/?utm_medium=copy_link
6. https://www.instagram.com/p/CW8sGeULm7D/?utm_medium=copy_link
7. https://www.instagram.com/lasierpe_biotur/tv/CW-rVS2DgFm/?utm_medium=copy_link
8. https://fb.watch/a0La4ytTQz/
9. https://www.facebook.com/100063634236750/posts/278177797646693/?d=n
10. https://www.facebook.com/100063634236750/posts/305655831565556/?d=n
11. https://www.facebook.com/100063634236750/posts/315572680573871/?d=n

En otros medios

1. https://drive.google.com/file/d/1iKNGaBFoYshqqnBeYW1JJ4fjnLxDL-cL/view?usp=sharing (Entrevista Destino Café Audiovisual)
2. https://online.fliphtml5.com/tworq/xnjz/#p=1
3. https://tsmnoticias.com/parque-natural-regional-la-sierpe-bahia-malaga-buenaventura/

4. https://youtu.be/reHcCDtMOq4
5. https://www.youtube.com/watch?v=inHIizT476I&feature=youtu.be
6. https://drive.google.com/file/d/1Joc3iMfXpSC2shNe4v51NZfF-a0A-Hbq/view?usp=sharing (Entrevista Remigio Antonio Cañarte)
7. https://drive.google.com/file/d/1bBhXT1iLsK9M37wKjn4AoiIizOdl_CcX/view?usp=sharing (Entrevista voces del pacífico)
8. https://drive.google.com/drive/folders/1ed1wwJYaVrVssq1w_sG5iwuicI2O-mRV?usp=sharing (Destino café impresa)
9. https://drive.google.com/file/d/1mWzMpOYkUsE2QSteua1ZuOsc-u8NQa1g/view?usp=sharing (Entrevista Universitaria Estéreo)
10. https://drive.google.com/drive/folders/1vPNXsTk3wuSN1YBVcPxkB3RLyPG5dvSv?usp=sharing (Entrevista Colombia Estéreo Radio del Ejército Nacional)

Parte 3
Planeación estratégica y componente programático

3.1. Propuesta de figura de administración del turismo para el destino

El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales" (OMT, 2002). El Parque Natural Regional la Sierpe cuenta con una serie de actores relacionados con la cadena de valor del turismo en el área. De acuerdo al producto turístico codiseñado con la comunidad y titulado "Pacífico Malagueño: auténtico y ancestral", en el cual se definieron 3 paquetes turísticos: autenticidad, ancestralidad y majestuosidad, que incluyen la operación de actividades de turismo de naturaleza y turismo cultural, diseñadas y operadas por la comunidad y que están orientadas a la conservación del patrimonio natural y la salvaguardia del Patrimonio cultural inmaterial, dado que el turismo se convierte en una estrategia de puesta en valor de dicho patrimonio.

Así mismo, una de las premisas del producto turístico es que sea de base comunitaria, es decir planificado y operado por la comunidad. El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo lo define como "la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo" (MinCit, 2013). En este sentido, se encuentran dos operadores turísticos de base comunitaria en el área de influencia directa del Parque Natural Regional la Sierpe, que son la Asociación comunitaria de Bahía Málaga - Ecomanglar que cuenta con Registro Nacional de Turismo número 63117 como "Agencia de viajes operadora" y la Corporación Turística y Biodiversa –Bioutur- que se encuentra en proceso de fortalecimiento

para la obtención del Registro Nacional de Turismo.

En este sentido, se propone que estas dos organizaciones comunitarias se encarguen de la operación turística de base comunitaria en el territorio y a partir de las alianzas comerciales y estrategias de comercialización con las agencias externas mayoristas y minoristas.

Así mismo, además de la operación turística que debe ser de parte de las comunidades organizadas en el territorio, se propone a partir de la figura de Comanejo existente el área protegida definida en el convenio 131 de 215 "Adopción y Ajuste al Plan de Manejo del PNR la Sierpe" en el cual se creó la instancia de Comanejo, el fortalecimiento de dicha figura existente, con la *creación de una mesa técnica para la operación y planificación del turismo en el Parque Natural Regional la Sierpe*, con la participación de nuevos actores relacionados con la gestión turística en el territorio.

Lo anterior en el marco de que las comunidades negras como grupo étnico tienen por mandato constitucional y de la Ley 70 de 1993, un derecho de prelación sobre las tierras baldías, rurales y ribereñas, que a la entrada en vigencia de la Constitución de 1991 y de la Ley 70 de 1993, venían ocupando en la cuenca del Pacifico Colombiano y en otras regiones del país, con las excepciones taxativamente señaladas en el artículo 6 de la misma Ley. Sobre el particular, la Corte Constitucional en sentencia T-955 del 17 de octubre del 2.003, expediente T-562887, precisó los alcances y el contenido de los derechos de las comunidades negras al territorio colectivo.

Estas observaciones conducen a la Sala a los artículos 1° 7 ° 8° 10, 13, 63, 67,68 y 333 de la Carta, a fin de establecer la génesis del derecho de las comunidades negras a la propiedad colectiva y sus alcances, análisis que le permite puntualizar:

- Que el sustrato del Estado Social de derecho pluralista radica en la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana, y que ésta no puede concebirse sin el reconocimiento integral del derecho territorial de los grupos étnicos a las tierras que tradicionalmente ocupan.

- Que la Carta, a la par que garantiza la propiedad privada, protege las formas asociativas y solidarias de propiedad, el patrimonio cultural y natural de la nación, las tierras de resguardo y las comunales de los grupos étnicos.

- Que el derecho de las comunidades negras sobre su territorio colectivo se funda en la Carta Política y en el Convenio 169 de la OIT, sin perjuicio de la delimitación de sus tierras a que se refiere la Ley 70 de 1993, en cuanto ésta resulta definitiva e indispensable para que dichas comunidades puedan ejercer las acciones civiles a que da lugar el reconocimiento constitucional.

La Ley 70 de 1993 reconoce de manera amplia los derechos de las comunidades afrocolombianas con prácticas y usos tradicionales y les afirma los derechos a la propiedad colectiva y privada de la tierra de manera similar a los resguardos indígenas y sienta las bases legales para su funcionamiento como unidades político-administrativas. La preservación de la diversidad étnica y cultural y la implementación de los derechos territoriales de las comunidades que

ancestralmente han ocupado la región Pacífica colombiana, son mecanismos importantes para la conservación de la biodiversidad. “El diseño, ejecución y coordinación de los planes, programas y proyectos de desarrollo económico y social que adelante el gobierno para beneficio de las comunidades negras, deberá hacerse con la participación de representantes de las comunidades a fin de que respondan a sus necesidades particulares, a la preservación del medio ambiente, a la conservación y cualificación de sus prácticas tradicionales de producción, a la erradicación de la pobreza y al respeto y reconocimiento de su vida social y cultural. Estos planes, programas y proyectos deberán reflejar las aspiraciones de las comunidades negras en materia de desarrollo” (Ley 70, Artículo 40) “Las cuencas hidrográficas en que se asienten las comunidades negras beneficiarias de la titulación colectiva, se constituirán en unidades para efecto de la planificación del uso y aprovechamiento de los recursos naturales conforme a la reglamentación que expida el gobierno nacional”.

El desarrollo autónomo de las comunidades afrocolombianas en la región del Pacífico incluirá los siguientes elementos o principios fundamentales: 1) Control del proceso de planificación incluida la conceptualización, la planificación y la implementación de su proceso de desarrollo, 2) Control de la Tierra y sus recursos para garantizar el desarrollo apropiado de sus sociedades, para sus presentes y futuras generaciones y en la dirección que ellas escojan (dentro de un marco normativo nacional), 3) Que promueva la autosuficiencia de las comunidades para ser gestores y actores principales de su propio desarrollo, que genere mayor control sobre las riquezas de su territorio y de su trabajo, 4)

Que fortalezca la identidad sociocultural y la dignidad de las comunidades, para enfrentar los retos que la globalización de la economía y la apertura de esta región al mundo seguramente impondrá.

Con base en la realidad ambiental que comprometen a los consejos comunitarios se avanzó en un proceso de crear un área protegida que garantizara la conservación de los recursos naturales. Fue así que en el marco del artículo 25 de la Ley 70 de 1993 que dice: En áreas adjudicadas colectivamente a las comunidades negras, en las cuales, en el futuro, la autoridad ambiental considera necesario la protección de especies ecosistémicas o biomas, por su significación ecológica, se constituirán reservas naturales especiales en cuya delimitación, conservación y manejo participarán las comunidades y las autoridades locales. Además, se aplicará lo dispuesto en el artículo 5 de la esta ley.

Con base en este artículo el Consejo comunitario construyó su reglamento interno en el 2003 donde en su artículo 25 se ordenó los usos y aprovechamiento de la oferta natural en el territorio. En el año 2005 se avanza en una área protegida que se denominó (ARNE) área de reserva natural especial esta figura por no estar dentro de las categorías de las figuras de conservación, la autoridad ambiental no lo reconoció y solo se reconoce en el consejo comunitario, como responsabilidad del consejo comunitario se acuerda con la autoridad ambiental CVC crear dos áreas protegidas en el consejo comunitario una en la parte titulada D.M.I. Distrito de manejo integrado la Plata mediante acuerdo del consejo directivo de la Corporación No. 056 y otra en P.N.R. parque natural regional la Sierpe mediante acuerdo del consejo directivo No. 055 con base en estas dos áreas

protegidas se avanza en los planes de manejo en donde unos de sus componentes está el de hacer un análisis de la tenencia de la tierra.

A partir de lo anterior se realizó la “Creación, conformación y adopción de la instancia de Comanejo para el Parque Natural Regional la Sierpe” en el año 2015, Por el cual se adopta la creación, conformación, reglamento y adopción de la instancia de COMANEJO del Parque Natural Regional de la Sierpe creado mediante Acuerdo del Consejo Directivo 055 del 14 de Agosto de 2008 como espacio o escenario de participación que permite el relacionamiento entre la Autoridad del Consejo Comunitario de la Plata, las entidades territoriales y la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC.) que tienen relación directa con la gestión, implementación y seguimiento del territorio ancestral y colectivo de Bahía Málaga, Distrito de Buenaventura y su respectivo plan de manejo.

En este sentido, para el Programa de Turismo de Naturaleza se propone el fortalecimiento de la figura administrativa de COMANEJO existente para el área: **Fortalecimiento de la Instancia de COMANEJO con la C*reación de una mesa técnica para la operación y planificación del turismo en el Parque Natural Regional la Sierpe.***

La instancia de comanejo para el Parque Natural Regional La Sierpe (PNR) se constituye como un proceso permanente de construcción y toma de decisiones conjuntas entre Consejo Comunitario y la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC para lograr la planeación, administración, gestión y toma de decisiones conjunta de las actividades relacionadas al turismo de naturaleza

desarrollado en el PNR LA SIERPE y su área de influencia, orientado al desarrollo propio de las comunidades y la conservación de la biodiversidad natural y cultural.

En el parque regional La Sierpe (PNR) confluye un esquema de manejo participativo e integrado por la institucionalidad del Estado representado en la CVC y los territorios colectivos de comunidades negras donde imperan los principios de gobernanza, integridad cultural, desarrollo propio y participación de las comunidades en la toma de decisiones sobre el territorio.

a. Marco que sustenta la figura de Comanejo:

De conformidad con el Convenio de Diversidad Biológica CDB-, Ley 165 de 1994 los objetivos del presente Convenio, que se han de perseguir de conformidad con sus disposiciones pertinentes, son la conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos, mediante, entre otras cosas, un acceso adecuado a esos recursos y una transferencia apropiada de las tecnologías pertinentes, teniendo en cuenta todos los derechos sobre esos recursos y a esas tecnologías, así como mediante una financiación apropiada.

Que, de conformidad con el pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales, todos los pueblos tienen el derecho de la libre determinación. En virtud de este derecho establecen libremente su condición política y proveen así mismo a su desarrollo económico, social y cultural y podrán disponer libremente de sus riquezas y recursos naturales, sin prejuicio de las obligaciones que derivan de la cooperación económica internacional basada en el principio del

beneficio reciproco, así como del derecho internacional. En ningún caso podrá privarse a un pueblo de sus propios medios de subsistencia.

Que de conformidad con los principios y directrices de Addis Abeba para la utilización sostenible de la diversidad biológica: Principios prácticos, motivos y directrices operacionales para la utilización sostenible de la diversidad biológica • Principio práctico 2: Al reconocer la necesidad de un marco de gobierno consistente con las leyes internacionales nacionales, los usuarios locales de los componentes de la diversidad biológica deben estar suficientemente dotados de poder y apoyados por derechos para asumir la responsabilidad del uso de los recursos concernientes. • Motivo: El acceso incontrolado a los componentes de la diversidad biológica lleva, con frecuencia, a un exceso de utilización, ya que las personas tratan de elevar al máximo los beneficios personales que obtienen del recurso en tanto éste se encuentra disponible. Los recursos para los cuales los individuos o las comunidades tienen derechos de uso, no uso o transferencia se usan habitualmente de forma más responsable porque ya no necesitan obtener el máximo de beneficios antes de que otra persona extraiga los recursos. Por lo tanto, la sustentabilidad se mejora, en general, si los gobiernos reconocen y respetan los “derechos” o autoridad de “administración” y responsabilidad a la gente que usa y maneja el recurso, lo cual puede abarcar las comunidades indígenas y locales, las organizaciones de conservación y el sector de negocios. Además, para reforzar los derechos o la administración locales de la diversidad biológica y la responsabilidad de su conservación, los usuarios de los recursos deben participar en la toma de decisiones en torno al uso de los recursos y tener

la autoridad para emprender cualquier medida que se derive de esas decisiones.

Que son aplicables a la gestión ambiental del parque regional (PNR) La sierpe, la Constitución Política de Colombia, las normas nacionales y los principios generales que inspiran las políticas y la legislación en materia ambiental. Igualmente se acogen los principios que regulan el funcionamiento concertados del SIDAP Valle del cauca y las normas y preceptos contenidos en la ley 70 de 1993 y sus reglamentos.

Que la Corte Constitucional en la sentencia C- 598 de 2010 se refirió a que uno de los rasgos característicos de los Parques Naturales Regionales es que además de los procesos ecológicos y evolutivos que los sustentan, también consideran los valores naturales y culturales a ellos asociados, los cuales se ponen al alcance de la población humana con el propósito de destinarlos a su preservación, restauración, conocimiento y disfrute.

Que la Corte Constitucional en la sentencia T-955 de 2003 se refirió al derecho al territorio colectivo, a la identidad cultural asociada al mismo y a las prácticas tradicionales de producción de las comunidades negras que ocupan las zonas rurales ribereñas de la Cuenca del Pacífico, reconociendo que estas "constituyen una cultura propia generada en procesos únicos de adaptación, asociados a prácticas extendidas de producción, fundadas en el parentesco y reconocidas en los artículos 1°, 7°, 58 y 55 T. de la Carta Política". Se señaló que el Convenio 169 de la OIT sirve para reivindicar el derecho de las comunidades negras a ser consideradas como "pueblos" atendiendo a sus costumbres, tradiciones y a las condiciones sociales, culturales y económicas que las

distinguen del resto de la población.

Que el ordenamiento ambiental del territorio del Parque Natural Regional (PNR) La Sierpe propone contribuir a garantizar la funcionalidad y sostenibilidad del sistema natural de soporte de la población y de los procesos sociales y económicos, además de garantizar que la relación de los asentamientos humanos con su entorno específico sea equilibrada y perdurable.

Que de conformidad con la Ley 70 de 1993 se tienen como principios ambientales: la participación de las comunidades negras y sus organizaciones sin detrimento de su autonomía, en las decisiones que las afectan y en las de toda la Nación en pie de igualdad, de conformidad con la ley y la protección del medio ambiente atendiendo a las relaciones establecidas por las comunidades negras con la naturaleza; Que en el parque natural regional La Sierpe (PNR) confluyen los mecanismos de protección ambiental y el respeto a los derechos e identidad cultural de las comunidades negras con el fin de fomentar condiciones de igualdad real en el reconocimiento del derecho a la propiedad colectiva, el uso de la tierra y la protección de los recursos naturales y el medio ambiente, la protección de los derechos a la identidad cultural y la planeación y fomento del desarrollo económico y social.

Que el artículo 49 de la ley 70 reza lo siguiente: El diseño, ejecución y coordinación de los planes, programas y proyectos de desarrollo económico y social que adelante el gobierno y la cooperación técnica internacional para beneficio de las comunidades negras que trata esta ley, deberá hacerse con la participación de los representantes de tales comunidades, afín de que respondan

a sus necesidades particulares, a la preservación del medio ambiente, a la conservación y cualificación de sus prácticas tradicionales de producción, a la erradicación de la pobreza y al respeto y reconocimiento de su vida social y cultural. Estos planes, programas y proyectos deberán reflejar las aspiraciones de las comunidades negras en materia de desarrollo.

Que en el Parque Natural Regional la Sierpe mediante el convenio 101 de 2021 se creó el Producto turístico “Pacífico Malagueño: auténtico y ancestral”, en el cual se proponen 3 rutas turísticas orientadas a conocer y conservar los valores naturales y culturales del territorio, y se propuso como misión que “El turismo de naturaleza en el Parque Natural Regional la Sierpe direccionado por las comunidades negras del Consejo comunitario de la Plata en el territorio colectivo y ancestral de Málaga, a partir del diseño y operación de actividades de turismo de naturaleza y cultura de base comunitaria, promueve la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad, la educación ambiental, así como la preservación de la cultura malagueña, garantizando la oferta de bienes y servicios ambientales a sus habitantes y visitantes”, además de la formulación de 5 objetivos estratégicos para el desarrollo del turismo de naturaleza.

b. El Comité tiene los siguientes principios rectores:

Los conceptos rectores responden al cómo se ve la conservación del Parque Natural Regional La Sierpe (PNR) por parte de los actores relacionados y son el eje orientador de las acciones de conservación, gobernanza y uso ancestral del área.

Turismo Sostenible y de base comunitaria: El turismo de naturaleza en el Parque Natural Regional la Sierpe direccionado por las comunidades negras del Consejo comunitario de la Plata en el territorio colectivo y ancestral de Málaga, a partir del diseño y operación de actividades de turismo de naturaleza y cultura de base comunitaria, promueve la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad, la educación ambiental, así como la preservación de la cultura malagueña, garantizando la oferta de bienes y servicios ambientales a sus habitantes y visitantes.

Territorio: "El espacio donde transita el pensamiento". Para la comunidad negra el Territorio se concibe como el espacio de y para la vida el cual está constituido por los ríos, los montes, los esteros, las fincas, Las veredas, así como los conocimientos y las costumbres que tenemos para cuidar y utilizar cada sitio. El Territorio también está constituido por las diferentes formas de cómo nos organizamos para salir a pescar, hacer la minería, a cazar, a buscar madera, a sembrar y cosechar en las fincas. Nuestro territorio también está constituido por los saberes que tenemos de las plantas medicinales para curar los males del cuerpo y del alma. El Territorio también es saber reconocer el con el canto, el pájaro y con el rastro, el animal que está en el monte. También es cada una de las maneras como nos relacionamos entre nosotros mismos y con los de afuera.

Conservación: Es el uso, manejo y administración del territorio, los espacios de uso y los recursos naturales y culturales a partir de los conocimientos y saberes ancestrales e innovaciones propias del pueblo negro malagueño y que la conservación se debe realizar y estar basada en derechos, reconociendo que los

pueblos no son únicamente grupos sobre los cuales hay que tomar decisiones, sino que son sujetos de las mismas, por eso el pueblo negro conserva usando su territorio por ello la siguiente ecuación: TERRITORIO+ CULTURA =BIODIVERSIDAD.

Investigación: proceso intercultural donde se reconoce por parte de las comunidades negras y de los interesados (universidades, instituciones, ONGs, etc) la diversidad étnica y cultural, se promueve el respeto de la diferencia en la construcción de la identidad nacional plural y se garantiza la convivencia pacífica y el respeto de los derechos humanos de estas colectividades.

Educación: "Etnoeducación es la que se ofrece a grupos o comunidades que integra la nacionalidad y que posee una cultura una lengua unas tradiciones y unos fueros propios y autóctonos. Educación que debe estar ligada al ambiente, al proceso productivo, al proceso social y cultural con el debido respeto a sus creencias y tradiciones." (Ley General de Educación de 1994.)

Desarrollo propio: Es uno de los bastiones que en el cual históricamente nos hemos fundamentado para la construcción colectiva y que es uno de nuestros propósitos de nuestro actuar político y organizativo, misión que fundamentamos en la capacidad cultural y ambiental de nuestro territorio para garantizar la satisfacción material y espiritual, argumentando que la cultura y el uso y manejo de los recursos naturales, son los criterios imperativos en los que se enmarcaran todos los programas y estrategias de intervención social o ambiental en el territorio, acciones que se materializarán ya sea a través de planes, programas o proyectos en el territorio Que encuentra su sustento en el artículo 7mo del

convenio 169 OIT, los artículos 47 al 59 de la ley 70 de 1993.

Planificación y ordenamiento: Todas las acciones dentro del parque natural regional La Sierpe (PNR) deberán estar enmarcadas en la planificación y el ordenamiento del territorio que se realizarán con la formulación e implementación del Plan de Manejo, y los otros instrumentos de planificación de los consejos comunitarios que hacen parte del parque regional, para establecer una zonificación ambiental que tenga en cuenta los espacios de uso ancestrales. Igualmente se deberá establecer un sistema de seguimiento y evaluación de la efectividad de las acciones de conservación sobre los objetos de conservación. Esto conlleva el reconocimiento de los actores locales desde sus particularidades étnicas y culturales, la valoración de la cultura tradicional, la investigación, la educación.

c. Conformación:

El Comité de Comanejo creado en el año 2015, propone los siguientes actores para su conformación:

Tabla 55 Actores para la conformación

ACTOR	CARACTERISTICAS
Consejo Comunitario de La Plata	2 representantes del Consejo Comunitario de La Plata
Consejo Comunitario de Chucheros	1 representante del Consejo Comunitario de Chucheros
Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca	2 representante de la CVC
Gobernación del Valle del Cauca	1 representante
Alcaldía Distrital de Buenaventura	1 representante

Fuente: Convenio 131 de 2015

Sin embargo, para la figura de administración del turismo para el destino se propone dentro de la instancia de Comanejo, la creación de un *Comité de turismo de base comunitaria para el Parque Natural Regional la Sierpe*, que se encargue de la gestión, seguimiento y monitoreo del Programa de Turismo de Naturaleza, y sea la encargada de aportar a las estrategias de conservación, educación, y promoción turística del destino, que esté conformada por los siguientes actores:

- Un representante del Comité de Comanejo del área
- Un representante de CVC
- Un representante de la Corporación Turística y Biodiversa Biotur
- Un representante de la Asociación Comunitaria Ecomanglar
- Un representante del Consejo Comunitario de las comunidades negras de la Plata
- Un representante del Comité Veredal de cada una de las cuatro comunidades
- Un Representante del Consejo Comunitario de las comunidades negras de Chucheros
- Un representante de la Universidad Tecnológica de Pereira
- Un representante de Parques Nacionales Naturales de Colombia
- Un representante de la Secretaría de Turismo del Distrito de Buenaventura
- Un representante de la Gobernación del Valle del Cauca relacionado con la gestión turística

- Un representante de las asociaciones comunitarias que se encuentran en el territorio
- Un representante de la comunidad de los prestadores de servicios turísticos independientes que no se encuentren asociados.
- Un representante de las instituciones educativas.
- Un representante de los motoristas

Gráfico 54 Comité de turismo de base comunitario PNR La Sierpe

Fuente: los autores

d. Funciones:

Como se nota en la imagen anterior, el *Comité de turismo de base comunitaria para el Parque Natural Regional la Sierpe* tendrá una estructura circular, es decir que todas las decisiones serán concertadas entre los diferentes estamentos que hacen parte del Comité, sin que estas vayan en contravía de la gobernanza que tienen las comunidades negras de su territorio. La instancia de Comanejo tendrá las siguientes funciones, respetando las competencias de cada uno de sus integrantes:

1. La instancia del *Comité de turismo de base comunitaria para el Parque Natural Regional la Sierpe* definirá sus propios reglamentos para el funcionamiento del mismo en lo relacionado con la gestión y planificación del turismo en el territorio.
2. Construir un plan operativo de trabajo anual o bianual con base en el Plan de Manejo y el Programa de Turismo de Naturaleza del Parque Natural Regional la Sierpe.
3. Participar en la planificación y seguimiento del Plan de Manejo y el Programa de Turismo de Naturaleza del área protegida conforme sus competencias.
4. Realizar veeduría y seguimiento a la implementación del Plan de Manejo y el Programa de Turismo de Naturaleza.
5. Apoyar las funciones de control y vigilancia de las autoridades

competentes.

6. Apoyar las acciones de educación ambiental, sensibilización y promoción del área protegida y/o su zona con función amortiguadora.
7. Propender por la incorporación del área protegida y su Plan de Manejo y el Programa de Turismo de Naturaleza en todos los escenarios de discusión, instrumentos de planificación ambiental e instancias que puedan afectar o estar relacionadas con el área protegida, tales como los POT, POMCAS, planes de desarrollo, PGAR, Planes de Acción, entre otros instrumentos, buscando que las acciones y proyectos del Plan de Manejo y el Programa de Turismo de Naturaleza del área queden incluidas en los mismos.
8. Fortalecer los procesos organizativos de las comunidades en el marco de la gobernanza, identidad cultural y proyectos productivos que vallan en beneficio de la biodiversidad del PNR.
9. Participar en la evaluación anual o bianual al cumplimiento de los compromisos y apoyar en la gestión de recursos para la implementación de acciones de manejo para el área protegida.

e. Proceso de selección de los integrantes del comité:

Cada una de las organizaciones miembros deberá delegar acorde con su estructura a la persona que las representarán en la instancia de Comanejo. Toda representación o cambio deberá certificarse por escrito.

f. Toma de decisiones:

Las decisiones se tomarán de forma concertada, agotado este recurso y si no es sujeto de aplazamiento el tema, se procederá a decidir democráticamente

mediante el voto de la mitad más uno del quórum, siempre y cuando no vaya en contravía de la gobernanza que las comunidades negras tienen sobre su territorio.

g. Comunicación:

Se tomará como canal oficial las comunicaciones por escrito, por correo electrónico. Además, se podrán utilizar otros canales de comunicación como WhatsApp.

h. Periodicidad y sitio de las reuniones:

La instancia de comanejo relacionada con el *Comité de turismo de base comunitaria para el Parque Natural Regional la Sierpe* sesionará al menos 1 veces al año para su conformación legal, y determinarán en dicha reunión la periodicidad de sesiones (se propone que al menos sean 2 por año), en las cuales e revisarán el avance de los compromisos pactados y la continuidad de los procesos. O cuando alguno de los delegados de la instancia de Comanejo lo estime pertinente.

i. La secretaría técnica:

La Secretaría técnica del *Comité de turismo de base comunitaria para el Parque Natural Regional la Sierpe* será asumida por la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – CVC en común acuerdo con el Consejo Comunitario de las comunidades negras de la Plata.

j. Objetivos de la secretaría técnica:

• Dinamizar y operativizar la instancia comanejo y citar oficialmente a las reuniones

• Coordinar e implementar acciones para el cumplimiento de los objetivos de

gestión de la instancia de comanejo del PNR La Sierpe.

• Sistematizar la información en conjunto con los delegados producto del accionar de la instancia de comanejo y la elaboración de actas de cada reunión y dejarla lista para la firma y aprobación

• Garantizar el flujo de la información al interior y exterior de la instancia de comanejo y archivar la información así mismo remitir copias a las partes de toda la información.

• Realizar las convocatorias necesarias y disponer de los recursos logísticos para las reuniones

• Velar por el cumplimiento del plan de trabajo y su seguimiento

• Recepcionar la correspondencia recibida, quejas y reclamos

• Administrar una base de datos de los contactos del comité

• Acatar y cumplir las directrices emanadas desde las funciones de la instancia de comanejo

k. Comunicados.

Serán elaborados por la secretaria y no saldrán a la luz pública hasta no contar con las firmas del comité en consenso, dejando claro que los comunicados que la Secretaria Técnica emita como actor particular no compromete a los demás actores de la instancia de Comanejo. Toda decisión al interior de la instancia será formalizada en acta. La cual será dada a conocer a los medios o interesados por parte de la secretaria técnica de la instancia de comanejo. La divulgación de los comunicados a la opinión pública se facilitará a través de los medios de comunicación y protocolos de cada uno de los miembros de la misma

3.2. Definición de Ejes Competitivos, estrategias y Proyectos del programa de turismo de Naturaleza

El programa de turismo de naturaleza titulado que se presenta en el documento se encuentra alineado con varios instrumentos de planificación de orden local y nacional como lo son la estrategia del Plan de negocios de turismo de naturaleza de Colombia (PTP, 2013), desde los ejes estratégicos de: Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial, Marco normativo, Capital humano, Infraestructura y sostenibilidad e Inteligencia competitiva, también con el Plan de Bienestar Étnico territorial del Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de la plata-Bahía Málaga 2018-2028 en el que se encuentran 10 horcones para la planificación del territorio, y con el Plan de Manejo del Parque Natural Regional la Sierpe adoptado en el año 2015.

El programa propuesto, tiene una estructura por macro proyectos o proyectos estratégicos, es decir que los proyectos descritos en el presente documento y en las fichas de proyectos, corresponden a cada uno a varios subproyectos y/o actividades estratégicas necesarias para la mejora de la prestación de servicios turísticos de base comunitaria en el área protegida, el desarrollo de infraestructura, la capacitación, la sensibilización y educación ambiental entre otras, orientadas a la planificación y gestión del turismo en el territorio.

A nivel metodológico, para la identificación y priorización de proyectos, durante el desarrollo del convenio se realizaron entrevistas, diálogos informales, mesas de trabajo y talleres, con los diferentes actores relacionados con la gestión

turísticas en el territorio como la comunidad local, los prestadores de servicios turísticos comunitarios, los prestadores de servicios turísticos no asociados, representantes de organizaciones comunitarias en el territorio, Juntas Veredales, Junta Administradora del Consejo Comunitario entre otras.

Ilustración 33 Mesas de trabajo para la identificación de proyectos.

Además, se establecieron unos criterios de priorización de proyectos con la comunidad para la implementación del Programa de turismo de naturaleza.

En un primer momento, se consolidaron los elementos de la planeación estratégica para el Programa de Turismo de Naturaleza. En este sentido, desde el componente estratégico se construyó colectivamente el direccionamiento estratégico para la gestión y operación del turismo en el Parque Natural Regional la Sierpe que se describe a continuación:

Misión:

El turismo de naturaleza en el Parque Natural Regional la Sierpe direccionado por las comunidades negras del Consejo comunitario de la Plata en

el territorio colectivo y ancestral de Málaga, a partir del diseño y operación de actividades de turismo de naturaleza y cultura de base comunitaria, promueve la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad, la educación ambiental, así como la preservación de la cultura malagueña, garantizando la oferta de bienes y servicios ambientales a sus habitantes y visitantes.

Visión:

Ser un referente en operación turística y planificación del territorio con criterios de calidad y sostenibilidad para el desarrollo de turismo de naturaleza en áreas protegidas, a partir de un modelo de cogestión de turismo comunitario con enfoque étnico y manejo del Parque Natural Regional la Sierpe, que conserve los valores objeto de conservación del área, garantice la preservación de la cultura malagueña, fomente el bienestar colectivo de las comunidades, y la apropiación social del territorio por parte de sus habitantes y visitantes.

Objetivos estratégicos:

1. Fortalecer el modelo de gestión de turismo comunitario para la prestación de servicios turísticos y la planificación del territorio ancestral.
2. Planificar la operación y desarrollo turístico en el Parque Natural Regional la Sierpe con criterios de calidad y sostenibilidad.
3. Conservar los Valores Objeto de Conservación –VOC- naturales y culturales del Parque Natural Regional la Sierpe.
4. Promover estrategias de educación ambiental y cultural en el área protegida en pro de la apropiación social del territorio por parte de sus habitantes y visitantes.

5. Generar alternativas económicas a las comunidades a partir de la prestación de servicios turísticos de base comunitaria y su cadena de valor.
6. Generar estrategias de promoción del destino a partir de la implementación de estrategias de comercialización y marketing territorial del producto de turismo de naturaleza

Líneas estratégicas:

1. Educación ambiental -natural y cultural- para la conservación y salvaguardia del patrimonio natural y cultural del territorio.
2. Turismo comunitario como modelo de gestión para la prestación de servicios turísticos y el ordenamiento del territorio.
3. Operación turística de base comunitaria con criterios de calidad y sostenibilidad.
4. Turismo de base comunitaria como alternativa económica para las comunidades.
5. Comercialización y marketing turístico para la promoción del turismo de naturaleza como estrategia de conservación.

Partiendo del análisis del territorio, de las debilidades, amenazas y oportunidades encontradas en los análisis DOFA, MEFI y demás realizados en el desarrollo del proyecto, de la co-construcción del producto turístico y el análisis de los planes existentes, se identificaron proyectos y áreas de actuación para la construcción del eje programático del programa de turismo de naturaleza, con la participación de diferentes actores relacionados con la gestión turística del área como: integrantes de la Asociación Comunitaria Ecomanglar, Corporación

Turística y Biodiversa Biotur, prestadores de servicios turísticos independientes, integrantes del Consejo Comunitario de las Comunidades Negras de la Plata, docentes de universidades públicas que ofrecen programas de turismo sostenible e integrantes de la comunidad local de las veredas: Miramar, La Sierpe, Mangaña y la Plata.

En este sentido, se formularon 36 macroproyectos que hacen parte del componente programático del programa de Turismo de Naturaleza, los cuales se clasificaron de acuerdo con los 5 Ejes competitivos del Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza de Colombia:

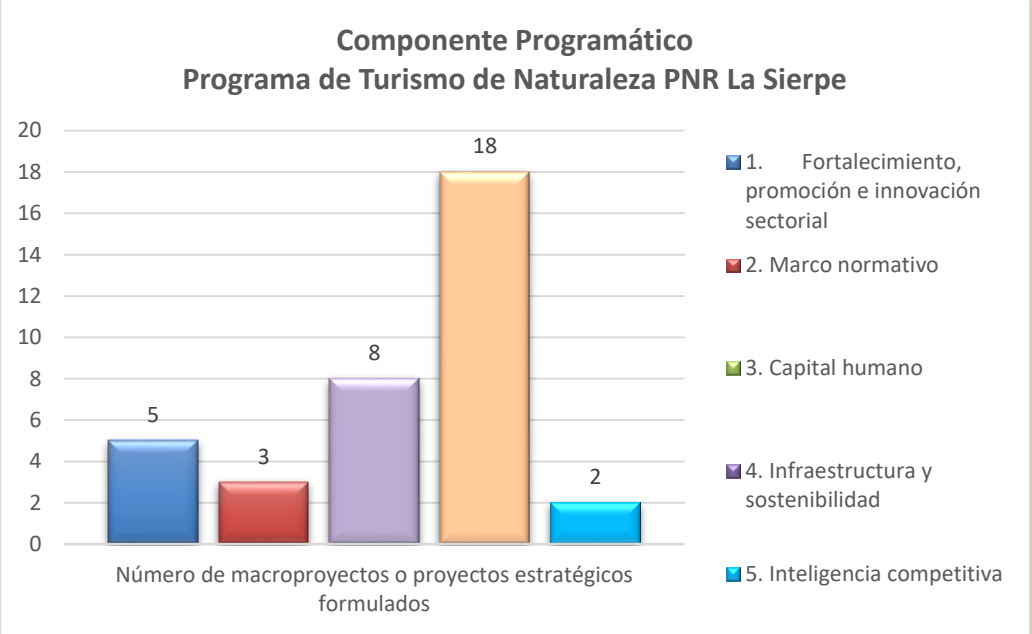
Tabla 56 Ejes y macroproyectos

Eje Competitivo Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza	*Número de macroproyectos o proyectos estratégicos formulados*
1. Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial	5
2. Marco normativo	3
3. Capital humano	8
4. Infraestructura y sostenibilidad	18
5. Inteligencia competitiva	2
Total	36

En este sentido, se evidencia que el Eje competitivo de Infraestructura y sostenibilidad, tiene el mayor número de proyectos formulados en el plan, que representan el 50%, dado que se relaciona con los objetivos estratégicos de "Turismo comunitario como modelo de gestión para la prestación de servicios

turísticos y el ordenamiento del territorio y Operación turística de base comunitaria con criterios de calidad y sostenibilidad.”, con lo cual se busca mejorar la infraestructura para la operación de actividades contenidas en el producto turístico “Pacífico Malagueño auténtico y ancestral” y fortalecer las actividades y estrategias en materia de sostenibilidad en el área protegida, puesto que es uno de los principios rectores del plan. Así mismo, los macroproyectos relacionados con el capital humano corresponden a un 22% del total de los proyectos incluidos pues busca fortalecer las habilidades y competencias de los prestadores de servicios turísticos de base comunitaria presentes en el territorio y además generar procesos educativos relacionados con la apropiación del territorio, la profesionalización de sus habitantes, la formación en gobernanza, asociatividad y emprendimientos comunitarios. Así mismo con un 14% de los proyectos formulados en el Eje competitivo de Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial, un 8% en el Marco normativo y un 6% en inteligencia competitiva.

Gráfico 55 Componente Programático



Fuente: equipo consultor

A continuación, se identifican los macroproyectos formulados para cada uno de los Ejes estratégicos y contenidos en la programación del Programa de Turismo de Naturaleza del Parque Natural Regional la Sierpe; también se visualizan en el **Anexo 20:**

Tabla 57 Proyectos estratégicos por eje

Eje Competitivo Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza	***Macroproyectos o proyectos estratégicos formulados***
1.Fortalecimiento, promoción e	Fortalecimiento y acompañamiento técnico y comercial para la mejora de la prestación de los servicios turísticos de base comunitaria
	Implementación de un Sistema Integrado de Gestión para la operación turística
	Creación de mesa de Comanejo para la operación y

innovación sectorial	planificación del turismo comunitario en el territorio
	Diseño e implementación de estrategias de promoción y comercialización del producto turístico y de la oferta de prestadores de servicios turísticos de base comunitaria del territorio
	Creación de escuela de Artes y Oficios malagueños
2. Marco normativo	Actualización de zonas de uso recreativo y turístico del Parque Natural Regional la Sierpe
	Implementación y seguimiento de la normatividad turística, ambiental y cultural relacionada con la gestión y operación turística en el territorio
	Afiliación de los prestadores de servicios turísticos a gremios a nivel departamental y nacional
3. Capital humano	Implementación del Programa Colegios Amigos del Turismo
	Formación técnica, tecnológica y universitaria en turismo y/o carreras afines para los actores claves relacionados con la gestión turística en el territorio
	Profesionalización de guías de turismo
	Capacitación en técnicas para la prestación de servicios turísticos con criterios de calidad y sostenibilidad
	Capacitación en manejo y atención de emergencias
	Capacitación en comercialización y estrategias de marketing
	Formación en gobernanza, asociatividad, emprendimientos comunitarios y alternativas económicas
	Fortalecimiento a sistemas productivos de las comunidades
	Construcción y operación de Puntos de Información Turística

4. Infraestructura y sostenibilidad	Construcción y operación de puntos de control de acceso fluvial a los atractivos del Parque Natural Regional la Sierpe
	Construcción y operación de sendero Cascada la Sierpe
	Estudios de capacidad de carga en ecosistemas estratégicos del área protegida y su zona de influencia directa
	Adecuación y mejora de la planta turística e infraestructura soporte de la actividad turística
	Construcción de infraestructura para la operación de actividades turísticas en los atractivos del territorio
	Dotación y mantenimiento de equipos para la operación turística
	Dotación y mantenimiento de materiales y suministro para la operación turística
	Construcción del centro de interpretación ambiental y comunitario
	Mejora del equipamiento colectivo en el área de influencia directa del Parque Natural Regional la Sierpe
	Sistemas de potabilización de agua y saneamiento básico
	Construcción de centro de salud
	Apoyo a la implementación y operación sistemas productivos
	Formulación e implementación del Plan de gestión integral de residuos sólidos
	Mejoramiento de la infraestructura para la prestación de servicios turísticos
	Mejoramiento de viviendas para la prestación de servicios turísticos
	Realización de procesos de Coinvestigación en

	biodiversidad
	Estrategia de monitoreo participativa de la biodiversidad y salvaguardas del territorio
5. Inteligencia competitiva	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental y la batería de indicadores
	Mejora de los sistemas de información para la operación turística

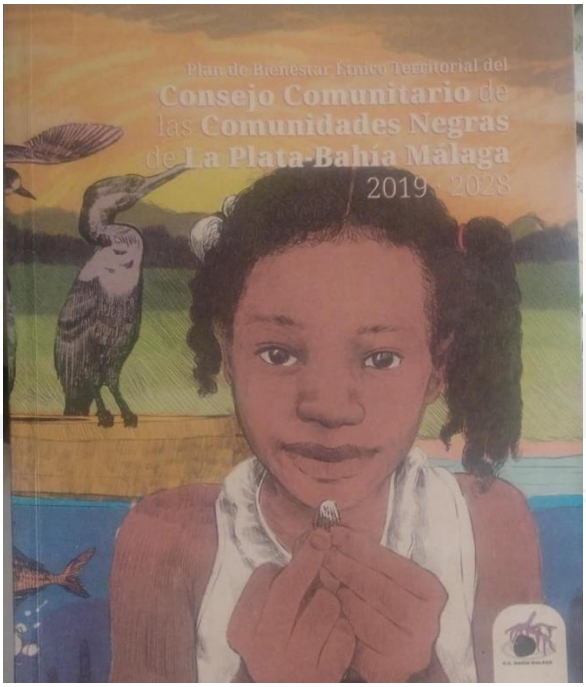
Fuente: equipo consultor

Es importante mencionar que cada uno de estos proyectos en la ficha descriptiva tiene justificación, objetivos generales y específicos, actividades, costos estimados, indicadores, metas, tiempo de ejecución (corto, mediano y largo plazo), responsables de la ejecución, aliados y/o fuentes de financiación y la prioridad (alta, media, baja). Además, están alineados con otras estrategias de planificación de carácter local y nacional por lo cual en la matriz de programación anexa se incluye la relación de cada proyecto con las líneas estratégicas del plan de negocios de turismo de naturaleza de Colombia, las líneas estratégicas planteadas para el programa de turismo de naturaleza, y los 10 horcones de planeación del Consejo Comunitario de las comunidades negras de la Plata Bahía Málaga que se describen a continuación:

1. Ordenamiento del territorio ancestral y colectivo
2. Reactivación económica y producción agropecuaria
3. Etnoeducación y primera infancia
4. Vivienda, agua potable y saneamiento básico rural
5. Salud

6. Infraestructura comunitaria
7. Soberanía alimentaria
8. Armonía, gobernanza y construcción de paz
9. Conservación y biodiversidad
10. Identidad y cultura

Ilustración 34 Portada Plan de Bienestar Étnico Territorial 2019-2028



Fuente: Consejo Comunitario de las comunidades negras de la Plata.

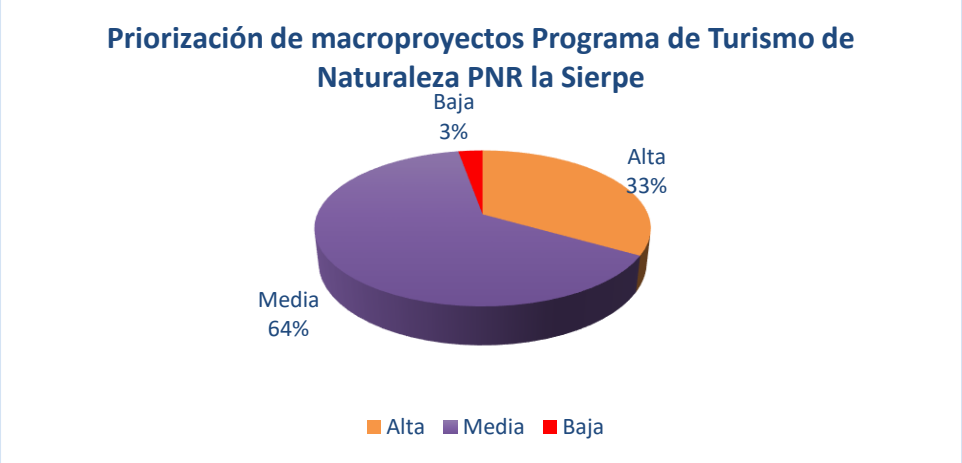
Finalmente, se definieron unos criterios de priorización de los proyectos del programa de turismo de naturaleza, con el fin de facilitar la implementación y seguimiento del plan. Dichos criterios permitieron evaluar los 36 macroproyectos formulados y clasificarlos por prioridad de implementación en alta, media y baja.

Tabla 58 Priorización de proyectos

Priorización de proyectos	*Número de macroproyectos*
Alta	12
Media	23
Baja	1
Total	36

De acuerdo con la priorización el 33% de los proyectos adquiere una priorización alta, por lo cual se hace necesario orientar los esfuerzos económicos y logísticos al desarrollo de estos macroproyectos, con el fin de poder operativizar con criterios de calidad y sostenibilidad el producto turístico “Pacífico Malagueño auténtico y ancestral”. No obstante, el 64% de los proyectos tienen una priorización media, para lo cual su implementación se hace necesaria para fortalecer los procesos e turismo de base comunitaria en el territorio y sus procesos asociados.

Gráfico 56 Priorización de macroproyectos



Para la implementación del Programa de Turismo de Naturaleza, de

acuerdo a la priorización de proyectos se propone un cronograma de implementación a partir de la herramienta semáforo, en la cual se establece que los proyectos con prioridad “alta” estén en semáforo verde, es decir que su implementación se de en el corto plazo -periodo entre 1 y 4 años-; los proyectos con prioridad “media” identificados con color amarillo, se implementen en segunda instancia en el mediano plazo es decir en un periodo entre 4 y 8 años; y los proyectos con prioridad “baja” identificados con color rojo, sean los últimos en implementarse, y se tiene previsto que su ejecución se dé entre los 8 y 12 años.

A continuación, se visualiza el cronograma de implementación de los proyectos, de acuerdo con la herramienta semáforo

Tabla 59 Cronograma de implementación de los proyectos

Eje Competitivo Plan de negocios de turismo de naturaleza	***Macroproyectos o Proyectos estratégicos formulados Programa de Turismo de Naturaleza Parque Natural Regional la Sierpe***	***Tiempo proyectado de ejecución***		
		Corto Plazo (1 y 4 años)	***Medio (4 y 8 años)***	***Largo (8 y 12 años)***
1.Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial	Fortalecimiento y acompañamiento técnico y comercial para la mejora de la prestación de los servicios turísticos de base comunitaria	X		
	Implementación de un Sistema Integrado de Gestión para la operación turística	X		
	Creación de mesa de Comanejo para la operación y planificación del	X		

	turismo comunitario en el territorio			
2. Marco normativo	Implementación y seguimiento de la normatividad turística, ambiental y cultural relacionada con la gestión y operación turística en el territorio	X		
3. Capital humano	Capacitación en técnicas para la prestación de servicios turísticos con criterios de calidad y sostenibilidad	X		
	Capacitación en manejo y atención de emergencias	X		
	Capacitación en comercialización y estrategias de marketing	X		
4. Infraestructura y sostenibilidad	Construcción y operación de puntos de control de acceso fluvial a los atractivos del Parque Natural Regional la Sierpe	X		
	Dotación y mantenimiento de equipos para la operación turística	X		
	Dotación y mantenimiento de materiales y suministro para la operación turística	X		
	Formulación e implementación del Plan de gestión integral de residuos sólidos	X		
	Mejoramiento de la infraestructura para la prestación de servicios turísticos	X		
1.Fortalecimiento,	Diseño e implementación de estrategias de promoción y		X	

promoción e innovación sectorial	comercialización del producto turístico y de la oferta de prestadores de servicios turísticos de base comunitaria del territorio			
	Creación de escuela de Artes y Oficios malagueños		X	
2. Marco normativo	Actualización de zonas de uso recreativo y turístico del Parque Natural Regional la Sierpe		X	
	Afiliación de los prestadores de servicios turísticos a gremios a nivel departamental y nacional		X	
3. Capital humano	Implementación del Programa Colegios Amigos del Turismo		X	
	Formación técnica, tecnológica y universitaria en turismo y/o carreras afines para los actores claves relacionados con la gestión turística en el territorio		X	
	Profesionalización de guías de turismo		x	
	Formación en gobernanza, asociatividad y emprendimientos comunitarios y alternativas económicas		X	
	Fortalecimiento a sistemas productivos de las comunidades		X	
	Construcción y operación de Puntos de Información Turística		X	
	Construcción y operación de		X	

4. Infraestructura y sostenibilidad	sendero Cascada la Sierpe			
	Estudios de capacidad de carga en ecosistemas estratégicos del área protegida y su zona de influencia directa		X	
	Adecuación y mejora de la planta turística e infraestructura soporte de la actividad turística		X	
	Construcción de infraestructura para la operación de actividades turísticas en los atractivos del territorio		X	
	Construcción del centro de interpretación ambiental y comunitario		X	
	Mejora del equipamiento colectivo en el área de influencia directa del Parque Natural Regional la Sierpe		X	
	Sistemas de potabilización de agua y saneamiento básico		X	
	Construcción de centro de salud		X	
	Apoyo a la implementación y operación sistemas productivos		X	
	Mejoramiento de viviendas para la prestación de servicios turísticos		X	
	Realización de procesos de Coinvestigación en biodiversidad		X	
	Estrategia de monitoreo participativa de la biodiversidad y salvaguardas del territorio		X	

5. Inteligencia competitiva	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental y la batería de indicadores		X	
	Mejora de los sistemas de información para la operación turística			X

Fuente: equipo consultor

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso Dueñas, Y. R., Hernández Piedrahita, M., & Hernández Piedrahita, V. (2013). *Análisis del Sector Turismo de Naturaleza en Colombia.* Bogota.
- Albarracín, L. C. (2016). *Turismo de Naturaleza Uno de los Mas Atractivos de Colombia.* Bogota.
- El tiempo. (10 de febrero de 2018). El turismo en Colombia, una industria en ascenso. *El Tiempo*.
- *Entorno Turistico*. (SP). Obtenido de http://www.entornoturistico.com/perfil-del-ecoturista/
- Escuela de Turismo Sostenible. (2012). *MODELO PARA EL DISEÑO DE ATRACTIVOS, SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS.* Pereira.
- Fontur. (2012). *Manual de Presentación de Proyectos.*
- Guzmán, T. G. (2003). Diagnóstico Socioeducativo. Jalisco, México.
- Instituto Alexander Von Humboltd . (2014). *Valoración integral de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos.* Bogotá.
- Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. (14 de diciembre de 2017). *¿Colombia está listo para atraer a turistas de naturaleza?* Obtenido de Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt: http://www.humboldt.org.co/es/actualidad/item/1132-colombia-listo-para-turistas-de-naturaleza
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006). *Norma Técnica Sectorial Colombiana 001.* Bogota: ICONTEC.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Resolucion 2804.* Bogota.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turosmo. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia.* Bogota.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia.*
- Organización Mundial de Turismo OMT. (Diciembre de 2013). *World Tourism Organization UNWTO*. Obtenido de World Tourism Organization UNWTO: http://www2.unwto.org/es
- Organización Mundial de Turismo OMT. (2016). *World Tourism Organization UNWTO*. Obtenido de World Tourism Organization UNWTO: http://www2.unwto.org/es
- Procolombia. (s.f.). *Perfil De Avistamiento de Aves.*
- Proexport Colombia . (2011). *Procolombia* . Obtenido de Procolombia : http://www.procolombia.co/
- Wikiloc. (Enero de 2018). *Wikiloc*. Obtenido de Wikiloc: https://es.wikiloc.com/wikiloc/map.do?lt=28.000000&ln=-33.000000&z=2&k=1

Otros textos consultados

- Artículo 55 transitorio de la Constitución Política de Colombia del 1991.

- Arroyo, S. C. P. (2007). Valoración de Impactos Ambientales. Sevilla: INERCO. Consultora GRN. (sf). Metodologías de evaluación del impacto

ambiental. Obtenido de http://www. grn. cl/metodologias% 20de% 20evaluacion% 20del% 20imp acto% 20ambiental% 20capitulo, 203.

- Bulla, L. H. (2009). Ecoturismo oferta y desarrollo sistémico regional. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Cano, T. V. (2005). Ecología y medio ambiente. Naucalpán de Juárez: Pearson educación

- Castro, R. Q. (2006). San José: EUNED.

- CENIPACIFICO. (1986 (b)). Impacto Ecológico en Bahía Málaga a Raíz de los Desarrollos de la Base Naval del Pacifico y Carretera de Acceso. Tomo VII, Anexo 19. Cali

- Convenio 072 del 2008 entre WWF- CVC y el consejo comunitario la plata Bahía Málaga - Estupiñan Valencia Danelly – PCN – Palenke Regional el congal. 2009.

- Convenio 072 del 2008 entre WWF- CVC y el consejo comunitario la Plata Bahía Málaga Tomado del decreto 1745 del 2005, Capitulo II de los Consejos Comunitarios.

- Código de Régimen Interno de la Comunidad Negra de la ensenada de Málaga y su Territorio Colectivo 2003.

- Consejo comunitario de la comunidad Negra de la ensenada de Málaga fundación agroambiental pacífico vivo – fundapav-, Corporación Regional del Valle del Cauca – CVC-. Convenio 136 de 2009.

- Decreto No. 1745 del 12 de octubre de 1995.

- Fernández Vítora, V.C. (1995). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental. Madrid: Mundi-Prensa.

- Fichas patrimoniales correspondiente a una adaptación de las fichas de caracterización del Ministerio de Cultura, adaptadas por Rivera y Aguirre (2013) para realizar la caracterización patrimonial en el Parque Regional la Sierpe.

- Geilfus, F. (2002). 80 herramientas para el desarrollo participativo. IICA.

- Heras, M. P. (2003). La guía del ecoturismo. Barcelona: Mundi-prensa.

- INVEMAR. (2009). siam.invemar.org.co. Recuperado el 3 de 6 de 2015, de siam.invemar.org.co: http://siam.invemar.org.co/siam/tesauro_ambiental/R/RESERVA%20FORESTAL%20PRO TECTORA-PRODUCTORA.htm

- Instituto de Estudios Ambientales, U. d. (2013). Metodologías para la identificación y valoración de impactos ambientales. Temas de Ciencia y Tecnología, 37.

- LAMPRECHT, H. 1990. Silvicultura en los trópicos. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammernarbeit (GTZ). República Federal Alemana.

- Ley general de cultura 397 del 7 de Agosto 1997.

- Ley 1185 del 12 de marzo de 2008.

- La Plata" Bahía Málaga, Capítulo de Diagnóstico del Plan de Bienestar Étnico Territorial del Consejo. Buenaventura, 2011.

- Miller, G. Tyler. 1998. Ecologia y Medio ambiente: introducción a la ciencia ambiental el desarrollo sustentable y la conciencia de conservación del planeta tierra. Mexico. 867p

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013). Plan de negocio de turismo de naturaleza para Colombia. Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

- Oldeman R. A. A.1990. Forests: elements of silvology:Springer-Verlag, Berlin. xxi + 624 pages.

- Organización Mundial de Turismo. (1995). Escuela universitaria de turismo de murcia. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf

- PLAN DE MANEJO DEL PNR LA SIERPE. (2015). Consejo Comunitario de Chucheros-Ensenada del Tigre y Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca.

- Quintero, A. 2015. ESTUDIO DEL CONOCIMIENTO ACTUAL DE LAS PLANTAS MEDICINALES Y SU RELACIÓN CON EL SISTEMA DE SALUD LOCAL EN EL CONSEJO COMUNITARIO DE LA PLATA, BAHÍA MÁLAGA- VALLE DEL CAUCA, COLOMBIA. Tesis para obtener el título de ecóloga. Pontificia universidad Javeriana. Pp 130.

- Richards, P.W. 1976. The Tropical Rain Forest: an Ecological Study. University Press, Cambridge. R.U. 459 p.

- Sánchez, J.2009 Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Mblgo recuperado de http://files.uladech.edu.pe/docente/17817631/mads/Sesion_1/Temas%20sobre%20medio%20ambiente%20y%20desarrollo%20sostenible%20ULADECH/14._Impacto_ambiental_lectura_2009_.pdf Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). Ecología. Recuperado de: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/ecologia,

- Tetamanti, J. M. (2012). Cartografía social: investigación e intervención desde las ciencias sociales, métodos y experiencias de aplicación. Juan Manuel Diez Tatamanti.

- Valdez y Luna 2011. “Marco Conceptual y Clasificación de los Servicios Ecosistémicos”. Revista Bio Ciencias, Vol.1 Núm. 4: 3 a 15.