

# Programa Turismo de Naturaleza Destino Anchicayá



## CONVENIO 121 DE 2021, CVC - SAMANEA

AUNAR ESFUERZOS Y RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y ECONÓMICOS PARA FORMULAR EL PROGRAMA DE TURISMO DE NATURALEZA EN LA RESERVA FORESTAL PROTECTORA NACIONAL RÍO ANCHICAYA Y SU ZONA DE INFLUENCIA EN LA CUENCA ALTA Y MEDIA DEL RÍO ANCHICAYA, CORREGIMIENTOS EL QUEREMAL, LA ELSA, LA CASCADA Y EL DANUBIO DEL MUNICIPIO DE DAGUA -DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.



## CONVENIO 121 DE 2021

### PROGRAMA TURISMO DE NATURALEZA

Equipo Fundación Samanea

Dirección

**Carlos Alberto Racines**

Coordinación del convenio

**Luis Fernando Gómez Libreros**

Biólogo

**Orlando Salcedo Valencia**

Lic. Ciencias naturales

Mag. Medio ambiente y desarrollo

Coordinación técnica

**Lina Paola Bautista Mendoza**

Bióloga

Mag. en Gestión del Turismo Sostenible

Componente Ambiental

**Juan Felipe Ortega Giraldo**

Biólogo

Mag. en Desarrollo Sustentable

Componente Turístico

**Matías Germán Escudero**

Profesional en Turismo

Mag. en Ciencias de la Comunicación

Componente Diseño de Producto Turístico y  
Marketing

**Alinson Quinayas**

Profesional en Turismo

Administrador de Empresas

Componente cartográfico

**David Castaño**

Geógrafo

Dinamizador Local

**Edward Riascos**

Diseño de marca y plan de medios

**Whisper MKT**

Fotografía y video

**Mauricio Paz**

Corporación Autónoma Regional del Valle del  
Cauca – CVC

Dirección General

**Marco Antonio Suarez**

Dirección Técnica

**Juan Camilo Vallejo Lorza**

Supervisión del Convenio

**Liliana del Pilar Suarez**

## PARTICIPANTES

### **Bioaventura**

Ana Liliana Sevilla  
Berenice Perdomo  
Katherine López  
Juan Bautista Cerón  
Emilcen Orozco

### **JAC El Queremal**

Zully Botina

### **El Queremal**

Katerine Andrea López

### **Consejo Comunitario La Elsa**

Andrés T. Noguera  
Karen Gissel Meneses Andrade  
Juan Carlos Villaizac Vargas  
Jaider Alexis Riascos Remolina  
Elber Sánchez Londoño

### **Consejo Comunitario El Cauchal**

James Zuluaga  
Luis Amadeo Escue  
Robeiro Montaña  
Sandra Zamorano  
Luz América Quiñones  
Bairon Cardona  
Brayan Alexis Córdoba

### **JAC Digua – QueremePaz**

María Leonisa Bernal  
Edwin Alonzo Lasso  
Claudia Patricia López

### **EcoTayra**

Edgar Marino Núñez  
Claudia Cárdenas  
Claudia Patricia Cárdenas  
Norelly Córdoba Mayorca

### **Hogar Infantil Ardillitas Juguetonas**

#### **Queremal**

Edwards Stiven Zúñiga

### **Chocoya**

Edelmira Silva

### **JAC La Cascada**

Luz Ester Restrepo  
Éibar Orozco  
María Fernanda Castro Patiño

### **La Cascada**

Dairon Antonio Utima

### **Consejo comunitario Alto Anchicayá – Comunidad el Danubio**

Sandra Patricia Delia  
Ana Consuelo Gutiérrez  
Diego Sánchez  
Edison Gustin  
Jenny Liliana Peña  
José Elías Caicedo  
Ofelia Riascos Torres

### **La Sirena – Danubio**

Alexis Saa

### **J.A.C. EL Placer**

Eduard Riascos Alegría  
María Luceli López Fernández

### **Universidad Nacional**

Laura Pabón

### **Cortucan**

Fredy Rebolledo Tenorio  
Sandra Milena Villada  
Delia Maribel Cuspian  
Rubén D. Sánchez

### **Avistamiento Doña Dora**

Élber Sánchez Londoño

### **Avistamiento El Encanto**

Carolina Ángel

### **ASUAQ**

Gerardo Sánchez

### **Consejo consultivo de turismo**

Emilsen Pepicano

### **San José del Salado**

Astrid Lizeth Figueroa

### **Rebel Home**

Mildred Vanessa Beltran Botina

### **Malaconessvaves**

Edwin Alonzo

### **PNN Farallones**

Luis Carlos Mamian  
David Castaño

### **Enlace de turismo- Alcaldía de Dagua**

Carlos A Montoya

### **CVC**

Liliana Suarez  
Jefferson Orejuela

## TABLA DE CONTENIDO

Presentación.....	9
1. PRELIMINARES .....	12
1.1 Caracterización de actores relacionados con el turismo de naturaleza .....	12
1.2 Socialización del proyecto .....	13
1.3 Aprestamiento .....	14
2. FASE 2. DIAGNÓSTICO.....	19
2.1 Análisis del Componente Ambiental .....	19
2.1.1 Caracterización Biofísica.....	19
2.1.2 Diversidad de especies .....	25
2.1.2 Identificación de impactos del ecoturismo .....	26
2.1.4 Propuesta de sistema de gestión ambiental local para el turismo con enfoque hacia la sostenibilidad.....	42
2.2 Análisis del Componente Empresarial y Socioeconómico de la Zona .....	43
2.2.1 Caracterización socioeconómica.....	43
2.2.2 Caracterización empresarial.....	58
2.3 Análisis del Componente Cultural y Patrimonial.....	60
2.3.1 Caracterización cultural y patrimonial.....	60
2.3.2 Propuesta de Gestión Cultural Comunitaria para el Turismo.....	69
2.4 Análisis del Componente Turístico.....	70
2.4.1 Análisis turístico del sector .....	75
2.5 Análisis de percepción comunitaria.....	83
2.5.1 Desarrollo del Taller Perspectiva Territorio Turístico Deseado .....	83
3. FASE 3. MARKETING .....	116
3.1 Análisis de Atractivos y Recursos Turísticos.....	116
3.1.1 Inventario de recursos y atractivos turísticos, valoración y jerarquización: .....	116
3.2 Desarrollo del producto turístico .....	119
3.3 Percepción comunitaria y del cliente.....	123
3.3.1 Percepción de Producto Potencial por parte de la comunidad Local: .....	123
3.3.2 Percepción del producto potencial por parte del cliente:.....	123
3.3.3 Definición del perfil del visitante: .....	124
3.4 Definición del producto turístico .....	124
3.4.1 Descripción y delimitación del producto turístico y sus subproductos .....	124
3.4.2 Definición de la marca y análisis de percepción de marca: .....	148
3.5 Plan de mercadeo .....	154



3.5.1 Análisis Sectorial.....	154
3.5.4 Análisis del mercado potencial .....	172
3.5.5 Análisis del entorno.....	179
3.5.6 Análisis de la demanda: .....	186
3.6 Definición de Estrategias de Marketing Turístico .....	189
3.6.1 Definición del objetivo del producto .....	189
3.6.2 Estrategias de visibilidad, atracción, conversión del tráfico y fidelización de clientes para el destino turístico: .....	189
3.7 Plan de Medios.....	196
3.7.1 Plan de divulgación en medios internos y externos .....	196
4. FASE 4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	202
4.1 Consolidar los elementos de la planificación estratégica para el turismo de naturaleza .....	202
4.2 Construir una propuesta de figura de administración del turismo para el destino.....	202
4.3 Definir los ejes competitivos, estrategias y proyectos del programa de turismo de naturaleza. ....	203
4.4 Socialización y Lanzamiento Oficial del Plan de Turismo de Naturaleza Destino Anchicayá.....	215
BIBLIOGRAFÍA.....	217

### Lista de Tablas

Tabla 1 Resumen de resultados Caracterización de actores relacionados con el turismo de naturaleza .....	12
Tabla 2 Resumen de resultados Caracterización de actores relacionados con el turismo de naturaleza .....	13
Tabla 3 Listado de especies de flora registradas en la zona de estudio.....	25
Tabla 4 Descripción de las zonas de manejo. ....	26
Tabla 5 Descripción del entorno biofísico de cada zona.....	27
Tabla 6 Descripción del entorno sociocultural de cada zona. ....	30
Tabla 7 Descripción del entorno de manejo de cada zona y sus actividades permitidas. ....	31
Tabla 8 Identificación de impactos por zona de manejo .....	33
Tabla 9 Impactos por Sitios y Actividades .....	36
Tabla 10 Acciones de Manejo para Impactos con priorización alta y media .....	37
Tabla 11 Matriz de resumen de los indicadores, sus objetivos de medición, tipo de indicador y periodicidad en la medida.....	38
Tabla 12 Lista de Potenciales de biodiversidad.....	41
Tabla 13 Información referente al transporte en la cuenca del Anchicayá.....	53
Tabla 14 Organización e identificación de organizaciones sociales .....	56
Tabla 15 Número de prestadores y servicios caracterizados y sus categorías.....	58
Tabla 16 Hitos Positivos en la Historia de la Cuenca .....	61

Tabla 17 Hitos negativos de la historia de la Cuenca .....	62
Tabla 18 Proporción de la población por ciclo vital, Dagua, Valle del Cauca 2005, 2018 y 2020.....	66
Tabla 19 Distribución geográfica de la población en la Cuenca .....	67
Tabla 20 Listado de prestadores de servicios caracterizados .....	75
Tabla 21 Tiendas, estaderos y otros .....	79
Tabla 22 Prestadores de servicios turísticos que no pertenecen a la cuenca, pero hacen presencia en el territorio en articulación con los prestadores locales. ....	80
Tabla 23 Análisis DOFA: Establecimientos Asociados al Turismo de Naturaleza en la Cuenca del Río Anchicayá (Fortalezas y Debilidades) .....	80
Tabla 24 Análisis DOFA: Establecimientos Asociados al Turismo de Naturaleza en la Cuenca del Río Anchicayá (Oportunidades y Amenazas) .....	81
Tabla 25 Valoración del componente “Razón”, como parte del análisis de percepción comunitaria .....	114
Tabla 26 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Naturaleza) .....	119
Tabla 27 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Cultural) .....	120
Tabla 28 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Bienestar) .....	121
Tabla 29 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Científico) .....	121
Tabla 30 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo a la oferta actual (Turismo Naturaleza) .....	126
Tabla 31 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo a la oferta actual (Turismo Cultural) .....	127
Tabla 32 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo a la oferta actual (Turismo Bienestar) .....	127
Tabla 33 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo a la oferta actual (Turismo Científico).....	127
Tabla 34 Principales destinos y actividades que actualmente son comercializadas en el territorio.....	131
Tabla 35 Listado de productos por tipología.....	133
Tabla 36 Subproducto ecoturismo-Avistamiento de Aves .....	135
Tabla 37 Producto de Turismo de Naturaleza-Ecoturismo Acuático.....	137
Tabla 38 Producto Turismo Científico-Investigación .....	138
Tabla 39 Producto Turismo de Naturaleza-Deporte y Aventura .....	139
Tabla 40 Turismo Cultural - Religioso .....	143
Tabla 41 Turismo Cultural-Historia y Gastronomía.....	145
Tabla 42 Turismo Cultural-Agoturismo.....	146
Tabla 43 Análisis de la Competencia Nacional.....	160
Tabla 44 Análisis de la Competencia Regional - Local.....	162
Tabla 45 Matriz debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del entorno interno de la Cuenca del Río Anchicayá. ....	180
Tabla 46 Matriz debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del entorno externo de la Cuenca del Río Anchicayá. ....	181
Tabla 47 Matriz de Evaluación MEFI.....	182

Tabla 48 Matriz de evaluación – MEFE.....	184
Tabla 49 Segmentación de Mercado.....	190
Tabla 50 Estrategias de visibilidad, atracción conversión de tráfico y fidelización de clientes para el Cuenca del Rio Anchicayá. ....	191
Tabla 51 Estrategias de visibilidad, atracción conversión de tráfico y fidelización de clientes para el Cuenca del Rio Anchicayá. ....	193
Tabla 52 Estrategias para la Conversión del Tráfico de Clientes para el Destino Turístico Anchicayá .....	195
Tabla 53 Estrategias para la Fidelización de Clientes del destino Anchicayá.....	196
Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá.....	206

### Lista de Figuras

Figura 1 Muestra de diapositivas abordadas durante la socialización con actores sociales	13
Figura 2 Registro Fotográfico debidamente rotulado con el nombre de la actividad, grupo y fecha, para cada una de las jornadas académicas realizadas.....	14
Figura 3 Productos de la Capacitación.....	16
Figura 4 Curriculum propuesto por el equipo de instructores del SENA .....	17
Figura 5 Ejemplo de certificados del curso de “Contextualización del turismo para el desarrollo local”.....	18
Figura 6 Ejemplo de acta de calificaciones entregada a cada participante de las capacitaciones. ....	18
Figura 7 Fotos de la ceremonia de clausura y entrega de certificados del curso “contextualización del turismo para el desarrollo local” (85 asistentes): participantes de la cuenca del Anchicayá, 16 de diciembre, auditorio principal del SENA, Guadalajara de Buga. ....	19
Figura 8 Documentos referentes RFPN Anchicayá .....	19
Figura 9 Documentos línea base para gestión cuenca RÍO ANCHICAYÁ.....	20
Figura 10 Informes técnicos generados para la zona.....	20
Figura 11 Tesis de grado, artículos en revistas científicas .....	20
Figura 12 Información institucional y bases de datos .....	21
Figura 13 Información institucional y bases de datos -GEOPORTAL.....	21
Figura 14 Algunos potenciales de la biodiversidad.....	42
Figura 15 Cascada la Elsa o Los Caleños y vía Simón Bolívar .....	44
Figura 16 Medios de Transporte en la Cuenca.....	44
Figura 17 Establecimientos Comerciales del Queremal. ....	45
Figura 18 Empresas Comercializadora de materiales para construcción .....	46
Figura 19 Cultivo de Aguacate y Cultivo de Plátano.....	47
Figura 20 Otras Actividades que Generan Empleo y Dinamizan la Economía de la Cuenca	48
Figura 21 Instituciones Presentes en el Territorio .....	49
Figura 22 Instituciones Presentes en el Territorio .....	50
Figura 23 Sede Administrativa del ASUAQ en el Queremal .....	50
Figura 24 Puesto de Salud, corregimiento Queremal - Cementerio, Corregimiento la Cascada.....	52
Figura 25 Instituciones Educativas de la cuenca.....	52
Figura 26 Corresponsales Bancarios .....	54

Figura 27 Servicios de televisión por cable e internet.....	55
Figura 28 Monumento a la flor del Quereme, en el corregimiento del Queremal .....	63
Figura 29 El Pandebono .....	64
Figura 30 Virgen de los remedios “la Montañerita Cimarrona” .....	64
Figura 31 Torre Mudéjar .....	65
Figura 32 Parroquia Principal, Corregimiento Queremal e Iglesia Evangélica Pentecostal .	67
Figura 33 Tipos de vivienda existente en la cuenca .....	68
Figura 34 Festival de Música Colombiana y Andina del Queremal:.....	68
Figura 35 Fiestas de San Pedro y San Pablo.....	69
Figura 36 Festival Ambiental Anchicayá Viva.....	69
Figura 37 Priorización de acciones encaminadas a la mitigación de los impactos negativos asociados al turismo. ....	88
Figura 38 Figura del mapa y del paisaje soñado con los aportes individuales de cada participante .....	89
Figura 39 Las líneas de acción definidas y priorizadas .....	93
Figura 40 Creación de marca Destino Anchicayá.....	150
Figura 41 Marca Destino Anchicayá.....	153
Figura 42 Marca Colombia.....	157
Figura 43 Marca destinos regionales .....	158
Figura 44, Fases del plan de medios de la construcción del programa de turismo de naturaleza de Anchicayá.....	197
Figura 45, Resumen de los componentes del plan de medios desarrollados en la construcción del programa de turismo de naturaleza de Anchicayá .....	198
Figura 46, Imágenes de los videos construidos por rutas de Anchicayá.....	198
Figura 47, Esquema de desarrollo de piezas digitales por ruta, Anchicayá “Territorio encantador”.....	199
Figura 48, Ejemplo de piezas digitales de Anchicayá.....	199
Figura 49, Diseño del producto turístico Anchicayá “territorio encantador”.....	200
Figura 50, Diseño de plegable de Anchicayá “Territorio encantador” .....	201
Figura 51, Portada y primeras páginas de la Cartilla digital.....	201

### Lista de Mapas

(En el **ANEXO 3** se encuentran todos los mapas a máxima resolución).

Mapa 1 Hidrología.....	22
Mapa 2 Análisis de ecosistemas .....	23
Mapa 3 Análisis de coberturas .....	23
Mapa 4 Temperatura (piso térmico y provincia de humedad).....	24
Mapa 5 Análisis de precipitación.....	24
Mapa 6 Zonificación del plan de manejo con la planificación turística proyectada.....	122



## Lista de Anexos

- ANEXO 1.** Fichas Caracterización de Actores
- ANEXO 2.** Directorio y Mapeo de Actores
- ANEXO 3.** Mapas
- ANEXO 4.** Hojas Metodológicas de Indicadores
- ANEXO 5.** Lista de Especies
- ANEXO 6.** Identificación y priorización de impactos
- ANEXO 7.** Propuesta de Sistema de Gestión Ambiental local
- ANEXO 8.** Fichas de infraestructura y planta Turística
- ANEXO 9.** Ficha de Inventario de Recursos y Atractivos Turísticos
- ANEXO 10.** Producto Turístico
- ANEXO 11.** Paquetes Turísticos
- ANEXO 12.** Archivo Editable de la Marca
- ANEXO 13.** Evidencias
- ANEXO 14.** Plan de medios
- ANEXO 15:** Definición del producto turístico
- ANEXO 16:** Fichas de proyectos
- ANEXO 17:** Lanzamiento y Socialización del Programa



anchicayá

TERRITORIO ENCANTADOR

## PRESENTACIÓN

El sector turístico representa actualmente una de las principales prioridades gubernamentales en Colombia, gracias al reconocimiento de la alta capacidad de este sector para apoyar el crecimiento económico del país. En especial es sector de turismo de naturaleza, dadas las condiciones de Colombia al ser un país con una riqueza natural extraordinaria, manifestada en su amplia diversidad gracias a la presencia de sus cinco regiones, dos océanos, tres cordilleras, 314 tipos de ecosistemas, más de 1.000 áreas protegidas, casi 2.000 especies de aves, gran diversidad de orquídeas y demás características culturales y naturales adicionales que le confieren al país un patrimonio único, que difícilmente los viajeros del mundo podrán encontrar de la misma manera en otros países del mundo: tesoros naturales inigualables, portadores de experiencias fascinantes, significativas e inspiradoras.

Es así como el turismo de naturaleza representa un gran potencial para el desarrollo económico y social de Colombia como uno de los 17 países megadiversos del planeta y el cuarto lugar en número de especies endémicas, según *Conservation International*.

El turismo de naturaleza dentro de sus múltiples definiciones es considerado como la modalidad turística que enfatiza la interrelación y apreciación de la naturaleza en su estado puro, en este sentido la Organización Mundial del Turismo lo define de la siguiente manera: "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). De esta forma, para Colombia el Ministerio de Comercio Industria y Turismo -MinCIT (MINCIT, 2017) ha identificado como vocaciones turísticas, cuatro tipologías prioritarias a nivel nacional que cuentan con potenciales altamente diferenciadores de los países competidores, entre las cuales se encuentra el Turismo de Naturaleza, en la cual se viene consolidando una oferta especializada en torno al ecoturismo en áreas protegidas, turismo de aventura, agroturismo, turismo rural, acuaturismo y turismo científico (MINCIT, 2012).

En este orden de ideas la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – CVC, ha contemplado al turismo de naturaleza como una herramienta con alto potencial para la conservación de los recursos naturales, así como una alternativa para el uso 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. De esta forma en su ejercicio como autoridad ambiental competente en el área de reserva natural en el cuenca del río Anchicayá y dando cumplimiento a su deber de garantizar el uso sostenible y manejo de los ecosistemas en las áreas protegidas, establece el presente Programa de Turismo de Naturaleza como una iniciativa para aportar a la recuperación, preservación y conservación de los ecosistemas bajo su administración, mediante la implementación de un proceso investigativo por parte de un equipo técnico y profesional que plasma sus hallazgos en este documento como una herramienta que facilitará la toma de decisiones para el desarrollo turístico en materia ambiental.

En ese sentido, se presenta el Programa de Turismo de Naturaleza en la cuenca del río Anchicayá y su zona de influencia, como parte del convenio 121 de 2021, entre CVC y la Fundación SAMANEA con el objeto de **"AUNAR ESFUERZOS Y RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y ECONÓMICOS PARA FORMULAR EL PROGRAMA DE TURISMO DE NATURALEZA EN LA RESERVA FORESTAL PROTECTORA NACIONAL RÍO ANCHICAYA Y SU ZONA DE INFLUENCIA EN LA CUENCA ALTA Y MEDIA DEL RÍO ANCHICAYA, CORREGIMIENTOS EL QUEREMAL, LA ELSA, LA CASCADA Y EL DANUBIO DEL MUNICIPIO DE DAGUA -DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA"**.

El Programa de Turismo de Naturaleza del destino Anchicayá consta de 4 fases: Aprestamiento, Diagnóstico, Marketing y Planificación Estratégica.

La primera fase de aprestamiento consta de una caracterización de actores involucrados al sector turístico en el área y el desarrollo de un curso de capacitación denominado "Contextualización del turismo para el desarrollo local" de 100 horas, en el cual fue necesario articular el equipo de instructores del SENA, el equipo de trabajo de Samanea, la comunidad y el equipo CVC de supervisión del convenio. Esto con la finalidad de organizar reuniones preliminares facilitar el proceso comunitario para construir una visión amplia de territorio, reconocer los ecosistemas de la región, fortalecer el tejido humano alrededor del turismo de naturaleza, y reconocer la importancia que tienen los intercambios entre comunidades para la formación en procesos de turismo.

En la segunda fase: Fase de Diagnóstico se incluye un análisis 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 con su respectiva priorización y se plantean una serie de indicadores para realizar seguimiento a los impactos generados.

En la tercera fase: Fase de Marketing, se incluye un análisis de atractivos y recursos turísticos con los que cuenta el área protegida y su zona de influencia, se lleva a cabo la caracterización de la planta turística y de la infraestructura de apoyo, se realiza el desarrollo del producto turístico denominado "Destino Anchicayá, Territorio Encantador", el cual fue desarrollado a partir de salidas de campo, un taller participativo con la comunidad y posteriormente a partir de estos insumos se llevó a cabo la clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo a la oferta actual, lo que finalmente determinó el desarrollo de 7 productos turísticos: Científico, Cultural-Historia y Gastronomía, Cultural-Religioso, Bienestar, Aventura, Aves, Rural y Ecoturismo Acuático.

Adicionalmente se realiza un análisis de la zonificación de los planes de manejo existentes o próximos a ser expedidos 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. Posteriormente se desarrolla un plan de medios y se realiza un plan de divulgación en medios internos y externos en el cual se producen 1 video promocional del destino, 1 de la experiencia turística y 1 video por cada una de las rutas o productos turísticos propuestos, se diseñan piezas digitales para la promoción en redes sociales, se realiza un diseño gráfico del producto para su promoción, se elaboran 4 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 cuarta fase, correspondiente a la fase de planificación estratégica se consolidaron los elementos necesarios 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 instrumentos de planificación de orden local y nacional en especial 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 el elementos de planificación del Plan de Manejo del Parque Nacional Natural los Farallones de Cali, que aún no ha sido publicado pero que para este ejercicio se tuvieron en cuenta algunos elementos del documento preliminar.

El documento denominado Propuesta de Proyectos para el Desarrollo Competitivo del Producto Turismo de Naturaleza del Destino Anchicayá se encuentra estructurada a partir de 5 líneas de acción o ejes competitivos:

- 1) Infraestructura y Sostenibilidad
- 2) Fortalecimiento, Innovación y Promoción
- 3) Talento Humano
- 4) Marco Normativo
- 5) Inteligencia Competitiva

Estos a su vez se encuentran subdivididos en estrategias para las cuales se definieron uno o más proyectos de acuerdo con la percepción comunitaria de las necesidades y prioridades a implementar en el territorio, en miras a la mejora en la prestación de los servicios turísticos de base comunitaria basados en un desarrollo sostenible y regenerativo del turismo de naturaleza para el Destino Anchicayá.

En este sentido, fueron formulados 16 proyectos que hacen parte del componente programático del programa de Turismo de Naturaleza, en alineación con los 5 ejes competitivos del Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza de Colombia, los cuales en su ficha descriptiva contienen cada uno su justificación, objetivos generales y específicos, actividades, indicadores de producto, metas, tiempo de duración, costo estimado, posibles fuentes de financiación y actores de interés o posibles responsables.

A su vez, a partir de los talleres realizados con la comunidad, con participantes provenientes de diferentes zonas de corredor Queremal Danubio, el 25 de noviembre del 2021 se aprobó la figura colectiva Comité Local de Turismo de Anchicayá, como parte de la mesa técnica de concertación ya existente, como la figura de administración comunitaria del turismo en Anchicayá, la cual surge en función de representar los intereses de quienes realizan prestaciones de servicios asociados al turismo en esta cuenca.

Esperamos que el Programa de Turismo de Naturaleza del en la Reserva Forestal Protectora Nacional Río Anchicayá y su zona de influencia sea una herramienta para la gente, en su visión de una gestión comunitaria de la actividad turística y que a su vez permita la articulación de actores y/o entes territoriales como un instrumento de planificación integral que oriente los esfuerzos individuales hacia lo colectivo, no solamente en miras al desarrollo del turismo sostenible sino que contribuya al bienestar socio-ecológico y a la apropiación del territorio, de su patrimonio natural y cultural, de los Valores Objeto de Conservación, y por supuesto que garantice la preservación de los recursos naturales de una de las regiones más biodiversas del mundo para el disfrute de las generaciones futuras.

anchicayá  
"TERRITORIO ENCANTADOR"



## 1. PRELIMINARES

### 1.1 Caracterización de actores relacionados con el turismo de naturaleza

Se realizó el diligenciamiento de la ficha de “Caracterización de actores” asociados al turismo de naturaleza en la Cuenca Alta, Media y zona de influencia del Río Anchicayá. Identificando a los actores del ecoturismo con competencia en el área protegida y su área de influencia, a nivel territorial, local y regional, aliados externos tales como universidades, ONG nacionales e internacionales, al igual que consejos comunitarios de comunidades negras y sus organizaciones de base, Juntas de Acción Comunal, comités locales, sector privado, instituciones educativas, prestadores de servicios turísticos, entre otros. (CVC, 2021).

La caracterización de actores detalla la tipología de cada actor, rol, aporte, relación predominante e importancia y está complementado con el directorio de actores, brindando los insumos necesarios para convocar a los actores que participarán de este proceso.

Para el desarrollo de esta actividad, el equipo realizó una lectura y análisis del formato de manera grupal, definiendo criterios generales para incluir en los actores según las categorías de “tipo de organización” propuestos en esta ficha. De esta manera se incluyeron aquellos actores relacionados con el turismo de naturaleza que se encuentran al interior de la zona en estudio, así como aquellos que, al encontrarse por fuera, operan o realizan actividades que inciden al interior del área protegida.

Para el logro de este objetivo fue necesario el contacto presencial y virtual de los actores intervinientes en la actividad de la Cuenca Alta y Media de Anchicayá, como también en su área de influencia. En este sentido, se recogió información durante las visitas en campo, complementada con entrevistas telefónicas como insumo para la construcción del directorio y el levantamiento de fichas por prestadores de servicios turísticos.

Esta caracterización de actores se llevó a cabo mediante la ficha de caracterización de actores suministrada por CVC (**Anexo 1**). Adicionalmente en el **Anexo 2**, se encuentra el directorio y el mapeo de actores involucrados en la actividad turística en la cuenca del Anchicayá.

Tabla 1 Resumen de resultados Caracterización de actores relacionados con el turismo de naturaleza

Categorías	Cuenca del Anchicaya
Autoridades locales	9
Juntas de Acción Comunal	11
Producto turístico: Alojamiento	17
Producto turístico: Tiendas	4
Montallantas	1
Producto turístico: Gastronomía	7
Producto turístico: Superestructura	7
Actores Institucionales educativas	9
Actores Operadores Turísticos	11
Otros Actores	12
Total	88

Fuente: construida con los datos obtenidos en el marco del convenio 121 de 2021 entre la CVC y SAMANEA

## 1.2 Socialización del proyecto

Se realizaron las socializaciones con los actores sociales e institucionales así como con funcionarios de la CVC que tienen competencia en el tema de áreas protegidas.

En estos espacios se compartió con los participantes los alcances del convenio, productos, actividades a realizar, cronograma, estructura del equipo de trabajo, metodología, así como un espacio de preguntas y aportes en los que se recopilaron recomendaciones, ideas y propuestas realizadas por los asistentes. También se abrió un espacio de discusión en el que se definieron los cupos y logística para la realización de la Fase 1 de aprestamiento – Capacitación.

La presentación utilizada para la socialización en el área protegida tuvo en cuenta datos y aspectos propios de los documentos de los planes de manejo que permitieran conectar los propósitos del convenio con lo establecido en el componente de ordenamiento de estos documentos.

Participaron 28 personas pertenecientes a tres consejos comunitarios, cuatro juntas de acción comunal, autoridades ambientales CVC y Parques Nacionales Naturales Farallones de Cali, Alcaldía Municipal de Dagua, y las organizaciones sociales de base relevantes para el turismo en el territorio.

Figura 1 Muestra de diapositivas abordadas durante la socialización con actores sociales



Fuente: construida con los datos obtenidos en el marco del convenio 121 de 2021 entre la CVC y SAMANEA

Tabla 2 Resumen de resultados Caracterización de actores relacionados con el turismo de naturaleza

Número de participantes	Consejos comunitarios	Juntas de acción comunal	Autoridades ambientales	Entidades territoriales
28	3	4	2	1

Fuente: construida con los datos obtenidos en el marco del convenio 121 de 2021 entre la CVC y SAMANEA

Participaron 28 personas pertenecientes a tres consejos comunitarios, cuatro juntas de acción comunal, autoridades ambientales CVC y Parques Nacionales Naturales Farallones de Cali, Alcaldía Municipal de Dagua, y las organizaciones sociales de base relevantes para el turismo en el territorio.

### 1.3 Aprestamiento

La implementación de esta actividad se relaciona con el desarrollo del curso de capacitación denominado “Contextualización del turismo para el desarrollo local” de 100 horas. Para implementar esta actividad fue necesario articular el equipo de instructores del SENA, el equipo de trabajo de Samanea, la comunidad y el equipo CVC de supervisión del convenio. Esto permitió organizar reuniones preliminares para identificar los detalles de logística, materiales, movimiento de instructores y espacios adecuados. Al final de cada jornada se realizó una retroalimentación que ayudó a realizar ajustes y mejoras para las siguientes sesiones de capacitación.

Como parte del proceso comunitario para construir una visión amplia de territorio, reconocer los ecosistemas de la región, fortalecer el tejido humano alrededor del turismo de naturaleza, y reconociendo la importancia que tienen los intercambios entre comunidades para la formación en procesos de turismo (Salcedo & Toro, 2019), se propuso la realización de jornadas prácticas de intercambio de saberes durante la implementación de las capacitaciones del SENA, que además se convirtieron en escenarios para la aplicación y apropiación de conceptos alrededor del turismo de naturaleza para el desarrollo local.

El convenio garantizó la alimentación, transporte de los participantes e instructores del SENA, hospedaje de los participantes e instructor del SENA y logística general contratando con operadores y prestadores de servicios locales los servicios necesarios.

A continuación, se muestra el resumen de asistentes a los espacios (población participante) registro fotográfico debidamente rotulado con el nombre de la actividad, grupo y fecha, para cada una de las jornadas académicas realizadas:

Figura 2 Registro Fotográfico debidamente rotulado con el nombre de la actividad, grupo y fecha, para cada una de las jornadas académicas realizadas





**FASE 1 - APRESTAMIENTO**

1. Capacitación

**Jornada 2**  
(del 28 de octubre)

**El Placer**  
24 participantes



**Día 1**

**FASE 1 - APRESTAMIENTO**

1. Capacitación

**Jornada 2**  
(del 28 de octubre)

**El Placer**  
24 participantes



**Día 2**

**FASE 1 - APRESTAMIENTO**

1. Capacitación

**Jornada 2**  
(del 28 de octubre)

**El Placer**  
24 participantes



**Día 3**

**Jornada 3**

**FASE 1 - APRESTAMIENTO**

1. Capacitación

**Jornada 3**  
(del 11 de noviembre)

**El Quieremo**  
28 participantes



**Día 1**

**FASE 1 - APRESTAMIENTO**

1. Capacitación

**Jornada 3**  
(del 11 de noviembre)

**El Quieremo**  
28 participantes



**Día 2**

**FASE 1 - APRESTAMIENTO**

1. Capacitación

**Jornada 3**  
(del 11 de noviembre)

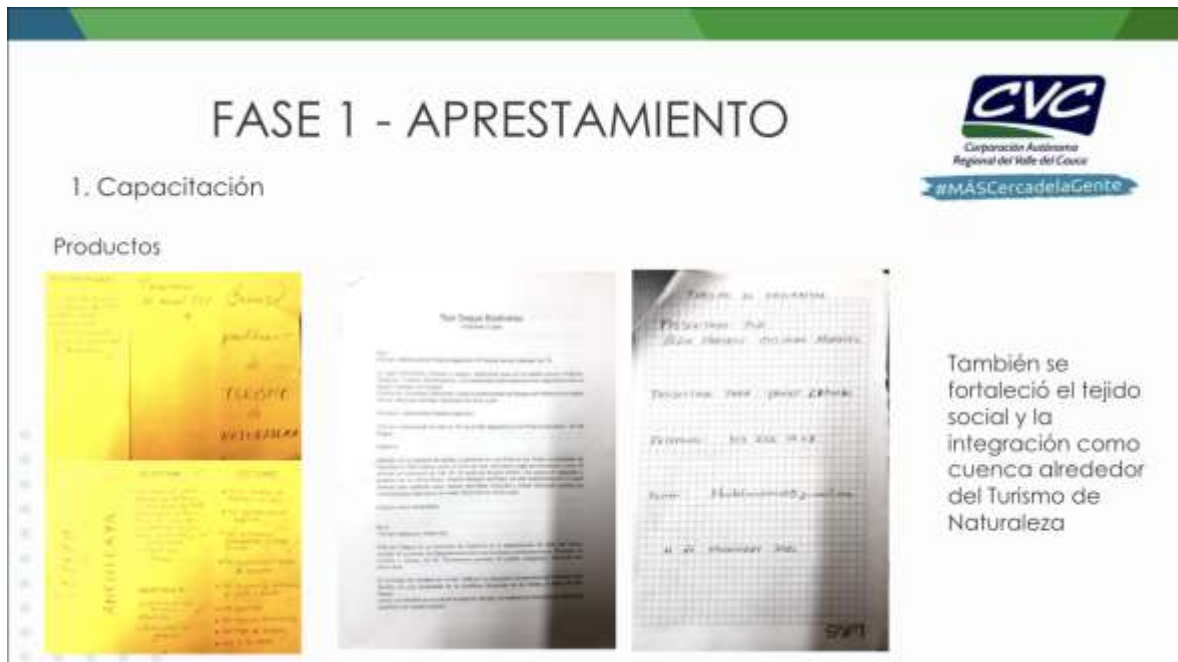
**El Quieremo**  
28 participantes



**Día 3**



Figura 3 Productos de la Capacitación



La implementación de esta actividad se relaciona con el desarrollo del curso de capacitación denominado “Contextualización del turismo para el desarrollo local” de 100 horas. Para implementar esta actividad fue necesario articular el equipo de instructores del SENA, el equipo de trabajo de Samanea, la comunidad y el equipo CVC de supervisión del convenio. Esto permitió organizar reuniones preliminares para identificar los detalles de logística, materiales, movimiento de instructores y espacios adecuados. Al final de cada jornada se realizó una retroalimentación que ayudó a realizar ajustes y mejoras para las siguientes sesiones de capacitación.

El convenio garantizó la alimentación, transporte de los participantes e instructores del SENA, hospedaje de los participantes e instructor del SENA y logística general contratando con operadores y prestadores de servicios locales los servicios necesarios.

Figura 4 Curriculum propuesto por el equipo de instructores del SENA

**Curriculum del curso**

**1. PRIMERA SESIÓN: 3 DÍAS DE FORMACIÓN**

TURISMO: DEFINICIÓN, BENEFICIOS, IMPACTOS, TENDENCIAS.

TIPOLOGÍA DEL TURISMO:

INFRAESTRUCTURA, ESTRUCTURA Y SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA.

CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL DEL TURISMO.

SISTEMA TURÍSTICO.

OMT, CUENTA SATÉLITE Y BARÓMETRO DEL TURISMO.

MERCADO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, OFERTA, DEMANDA.

PRODUCTO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICA, TIPOLOGÍA.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, MODELOS, IDENTIFICACIÓN LOCAL.

INVENTARIO DE ATRACTIVOS Y PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS: DEFINICIÓN, USO, INTERPRETACIÓN.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN APLICADAS AL TURISMO: USO, REGISTRO DE INFORMACIÓN.

**2. SEGUNDA SESIÓN: 3 DÍAS DE FORMACIÓN**

LEY 309/1996, LEY 1101/2011 Y LEY 1558/2012: COMPONENTES, DEFINICIONES, ORGANIZACIÓN DEL SECTOR. – NUEVAS LEYES

REGISTRO NACIONAL DE TURISMO, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, CONTRIBUCIÓN PARAFISCAL.

POLÍTICAS SECTORIALES: DESCRIPCIÓN, GENERALIDADES.

PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL (POT) PLAN BÁSICO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL (PBOT): DEFINICIÓN, LEGISLACIÓN.



CADENA DE VALOR.

COMITES TURÍSTICOS LOCALES: DEFINICIÓN, IMPORTANCIA, CONFORMACIÓN, FUNCIONES.

CREACIÓN, FORMALIZACIÓN Y LEGISLACIÓN DE UNA EMPRESA.

**3. TERCERA SESIÓN: 3 DÍAS DE FORMACIÓN**

BUENAS PRÁCTICAS Y OTRAS DISPOSICIONES SOBRE TURISMO DE NATURALEZA

  
 Corporación Autónoma  
Regional del Valle del Cauca  
#MASCercadelaGente  
  


Como parte del proceso comunitario para construir una visión amplia de territorio, reconocer los ecosistemas de la región, fortalecer el tejido humano alrededor del turismo de naturaleza, y reconociendo la importancia que tienen los intercambios entre comunidades para la formación en procesos de turismo (Salcedo & Toro, 2019), se propuso la realización de jornadas prácticas de intercambio de saberes durante la implementación de las capacitaciones del SENA, que además se convirtieron en escenarios para la aplicación y apropiación de conceptos alrededor del turismo de naturaleza para el desarrollo local.

La clausura de esta fase y la entrega de los certificados a los participantes de las capacitaciones se llevó a cabo el jueves 16 de diciembre a las 10 en el auditorio principal de la sede Buga del SENA. Las áreas protegidas participantes fueron: DRMI RUT Nativos, ZRFPN Guadalajara, sitio RAMSAR y ZRFPN Anchicayá, para la cual se preparó la siguiente agenda más adelante detallada.

**Objetivo:** Clausura del curso de “Contextualización del turismo rural” para la comunidad de la Cuenca Anchicayá y la Zona de reserva forestal protectora cuenca del río Anchicayá”, realizado dentro del convenio CVC – SENA.

**Lugar:** Sede SENA Buga

**Horario:** 10 a.m. a las 12 m.

**Agenda:**

1. **Saludo de bienvenida:** funcionarios de CVC y SENA – *Tiempo 10 minutos*
2. **Presentación de los participantes del curso:** Se realizará invitándolos a ponerse de pie por cada una de las áreas protegidas. Moderador. *Tiempo 10 minutos*
3. **Estado de avance en la ejecución del programa de turismo de naturaleza:** Fundación Eprodesa y Fundación Samanea. *Tiempo 15 minutos*
4. **Recuento del proceso de capacitación adelantado – SENA.** *Tiempo 10 minutos*
5. **El turismo de naturaleza como estrategia de conservación.** CVC Dirección Técnica. *Tiempo 10 minutos*
6. **Percepción comunitaria del curso de capacitación adelantado** - Intervención de un representante por cada área protegida. *Tiempo por cada intervención – 5 minutos*
7. **Entrega de certificados – SENA – CVC**
8. **Almuerzo**

Figura 5 Ejemplo de certificados del curso de "Contextualización del turismo para el desarrollo local"



En la ceremonia de clausura del curso y entrega de certificados se contó con la participación de los instructores que hicieron parte del proceso formativo, representantes del SENA regional Valle, la supervisión del convenio, representantes de la alcaldía de Buga y Guacarí, el equipo de trabajo de SAMANEA y comunidad de la cuenca del Anchicayá.

Figura 6 Ejemplo de acta de calificaciones entregada a cada participante de las capacitaciones.





Figura 7 Fotos de la ceremonia de clausura y entrega de certificados del curso “contextualización del turismo para el desarrollo local” (85 asistentes): participantes de la cuenca del Anchicayá, 16 de diciembre, auditorio principal del SENA, Guadalajara de Buga.



## 2. FASE 2. DIAGNÓSTICO

### 2.1 Análisis del Componente Ambiental

A continuación, un resumen del análisis del componente ambiental que se encuentra detallado en el **Anexo 14**.

#### 2.1.1 Caracterización Biofísica

Se desarrolló revisión de literatura que incluye planes de manejo, publicaciones, investigaciones relacionadas con los valores naturales del área de estudio, así como de base cartográfica y climatológica existente para la zona. Teniendo en cuenta en esta fase la información suministrada por la comunidad local, los expertos locales e investigadores y la experiencia de los funcionarios de las entidades con competencias en el destino y otros actores del ecoturismo.

Figura 8 Documentos referentes RFPN Anchicayá





Figura 9 Documentos línea base para gestión cuenca RÍO ANCHICAYÁ



Figura 10 Informes técnicos generados para la zona



Figura 11 Tesis de grado, artículos en revistas científicas



Figura 12 Información institucional y bases de datos



Figura 13 Información institucional y bases de datos -GEOPORTAL



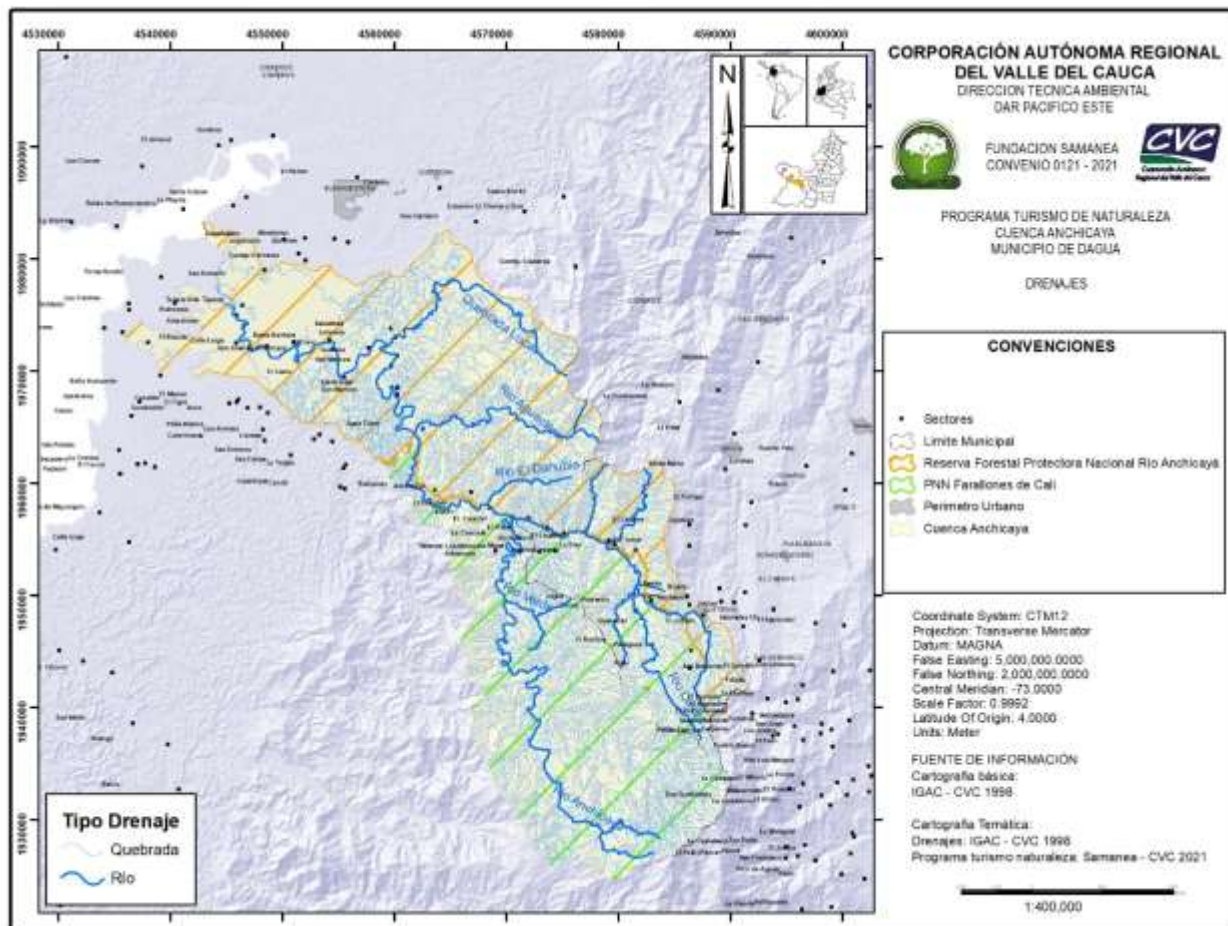
Se llevaron a cabo salidas de reconocimiento para la caracterización, lo que permitió identificar de manera preliminar características biofísicas generales y la identificación de presiones e impactos en la zona.



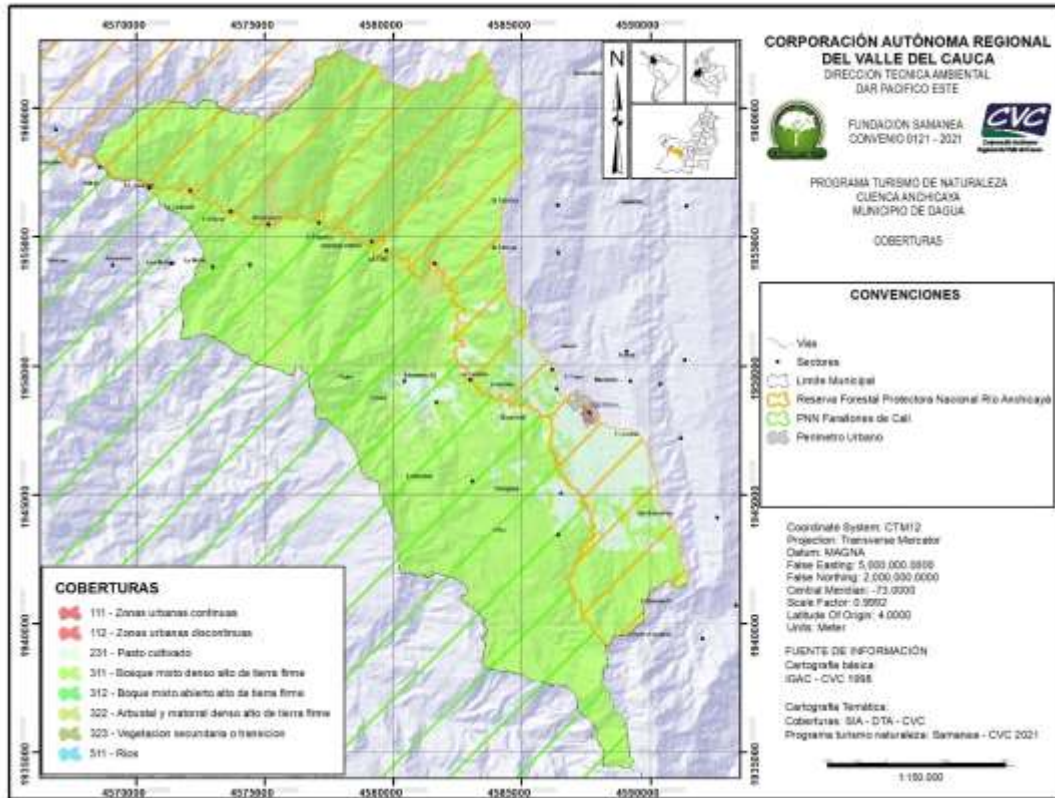
Se identificaron los biomas ecosistémicos en la zona y se estableció la estructura ecológica, para esto se empleó información secundaria como biomas y ecosistemas identificados - GEOCVC, se consultaron los estudios generados por la CVC y otras entidades en años anteriores. Con base en esta información se realizó el análisis de variables de estructura ecológica y cobertura de vegetación.

El resultado de esta actividad conduce a la estructuración de los siguientes componentes para el área de estudio: Localización, clima, geología y relieve, ecosistemas, suelos, cuencas hidrográficas, unidades de paisaje, zonificación y amenazas naturales. Todos los mapas se encuentran en full resolución en el **Anexo 14**.

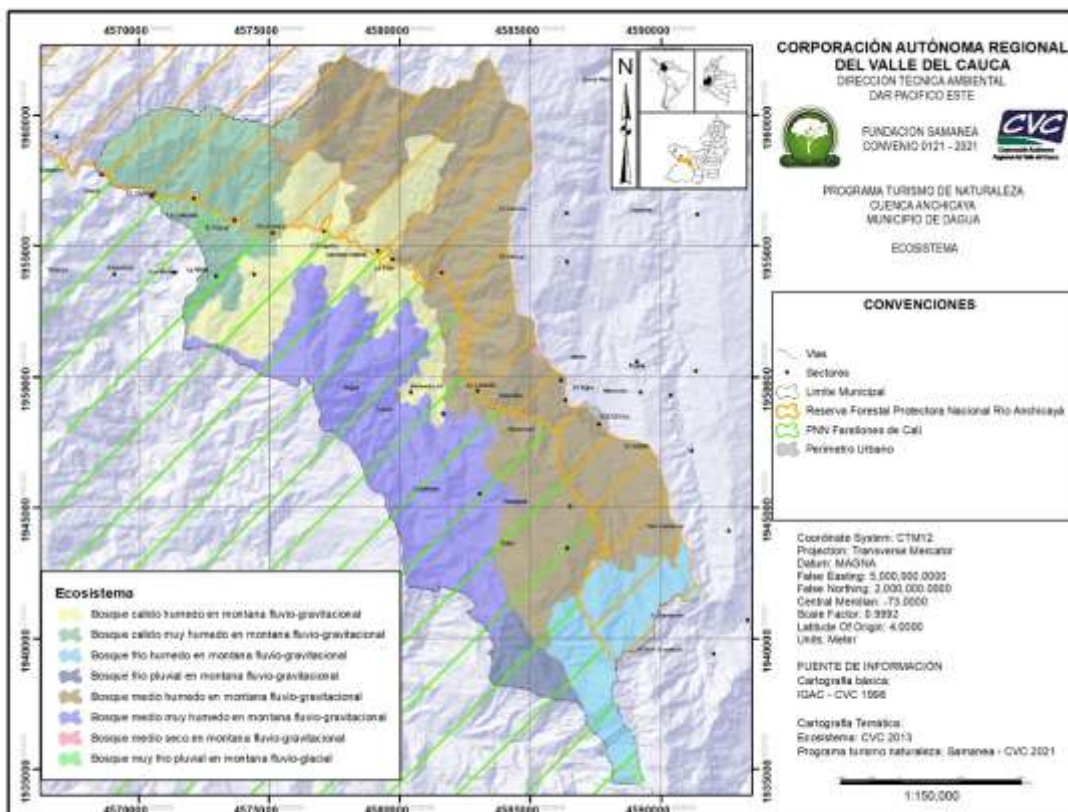
Mapa 1 Hidrología (drenaje)



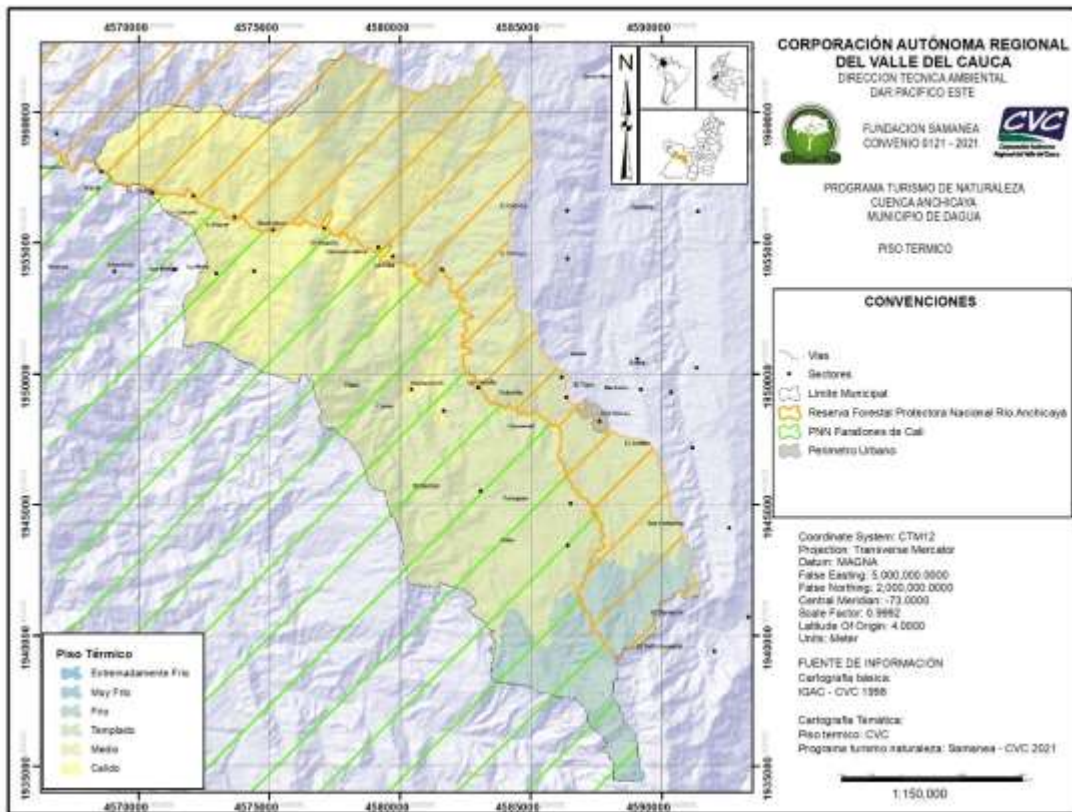




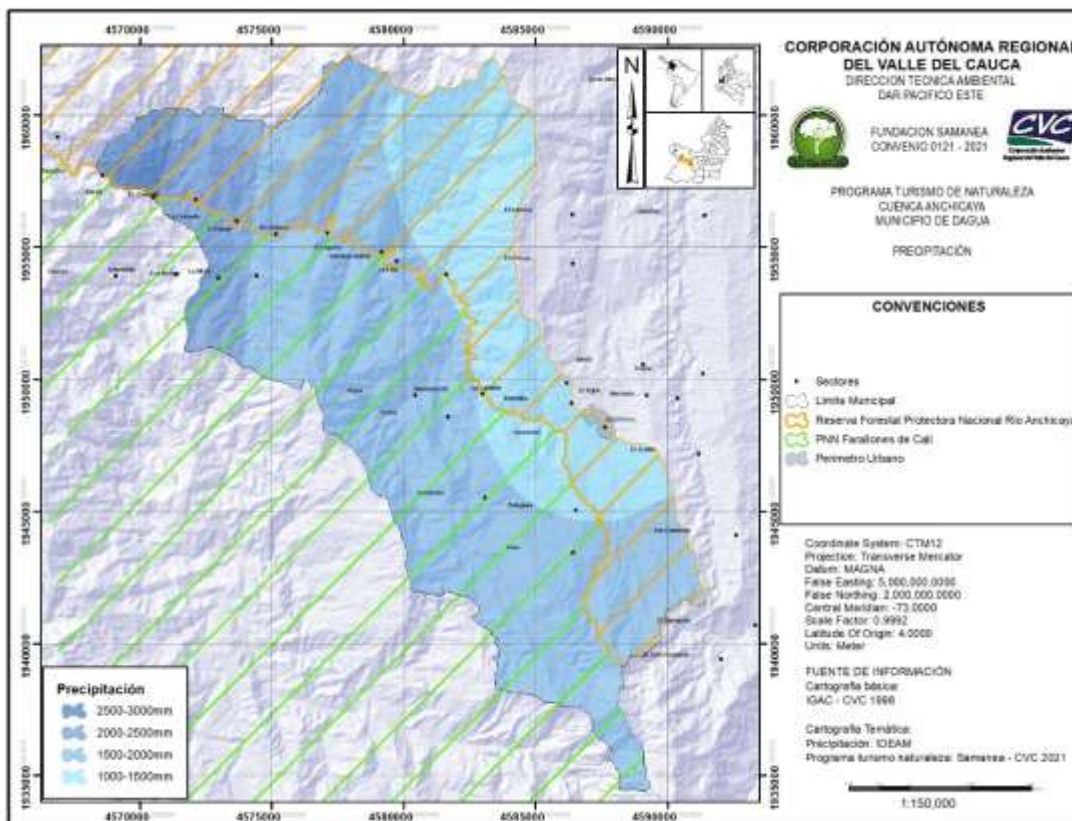
Mapa 3 Análisis de ecosistemas







Mapa 5 Análisis de precipitación



## 2.1.2 Diversidad de especies

A partir de las diferentes fuentes de información consultadas se llevaron a cabo listados de especies registradas en la zona. En el **Anexo 14**, se encuentra la lista de Especies en la cual se puede evidenciar la información para los siguientes grupos taxonómicos:

- Plantas
- Aves
- Mamíferos
- Peces
- Anfibios
- Reptiles

La información generada incluye:

Familia  
Especie  
Nombre común  
Estado de conservación  
Ubicación en la zona  
Fuente de información

Tabla 3 Listado de especies de flora registradas en la zona de estudio (Ver listados completos en el Anexo 5)

Familia	Especie	Nombre Común	Estado de	Ubicación	Fuente
Actinidaceae	<i>Saurauia brachybotrys</i> Turcz. R.E. Schult.	Moquillo		Queremal, La Elsa	1,2
aff. Violaceae	sp. 1			Queremal, La Elsa	1,2
Annonaceae	<i>Guatteria</i> sp. 1			Queremal, La Elsa	1,2
Annonaceae	<i>Guatteria</i> sp. 2			Queremal, La Elsa	1,2
Apocynaceae	<i>Thevetia ahouai</i> (L.) A.DC.	Huevo de perro		Queremal	3
Apocynaceae	<i>Himatanthus articulatus</i> (Vahl) Woodson	Calimo plátano		Danubio, Alto Anchicayá	4
Araliaceae	<i>Oreopanax floribundus</i> Decne. & Blanch.			Queremal, La Elsa	1,2
Araliaceae	<i>Schefflera vasqueziana</i> Harms.	Mano de Oso		Queremal, La Elsa	1,2
Araliaceae	<i>Dendropanax</i> sp. 1			Queremal, La Elsa	1,2
Araliaceae	<i>Schefflera</i> sp. 1	Schefflera		Queremal, La Elsa	1,2
Arecaceae	<i>Aphanes</i> aff. <i>multiplex</i> R. Bernal & Borchs	Palma Erizo	DD*	Queremal, La Elsa	1,2,5
Arecaceae	<i>Chamaedorea linearis</i> (Ruiz & Pav.) Mart.	Palma Chonta	NT*	Queremal, La Elsa	1,2,5
Arecaceae	<i>Wettinia kalbreyeri</i> (Burret) R. Bernal	Palma	LC*	Queremal, La Elsa	1,2,5
Arecaceae	<i>Aphanes</i> sp. 1	Palma		Queremal, La Elsa	1,2
Arecaceae	<i>Geonoma</i> sp. 1	Palma		Queremal, La Elsa	1,2
Arecaceae	<i>Geonoma</i> sp. 2	Palma		Queremal, La Elsa	1,2
Arecaceae	<i>Prestoea</i> sp. 1	Palma		Queremal, La Elsa	1,2
Arecaceae	<i>Denocarpus batoua</i> Mart.			Danubio	6
Arecaceae	<i>Euterpe oleracea</i> Mart.			Danubio	6
Arecaceae	<i>Astrocaryum standleyanum</i> L.H. Bailey			Danubio	6
Arecaceae	<i>Prestoea acuminata</i> (Willd.) H.E. Moore	Cola de pescado		Queremal	3
Asteraceae	<i>Baccharis nitida</i> (Ruiz & Pav.) Pers.	Chilco		Queremal, La Elsa	1,2
Asteraceae	<i>Verbesina nudipes</i> S.F. Blake	Tabaquillo		Queremal, La Elsa	1,2
Asteraceae	<i>Cibadium</i> sp. 1			Queremal, La Elsa	1,2
Asteraceae	<i>Llerasia hypoleuca</i> var. <i>serrata</i> (Turcz.) Cuatrec.			Queremal, La Elsa	7,8,9,10,11,12
Boraginaceae	<i>Cordia acuta</i> Pittier	Cuerinegro		Queremal, La Elsa	1,2
Boraginaceae	<i>Cordia</i> sp. 1			Queremal, La Elsa	1,2
Burseraceae	sp. 1			Queremal, La Elsa	1,2
Burseraceae	<i>Protium colombianum</i> Cuatrec.	Anime		Danubio	6
Burseraceae	<i>Dacryodes granatensis</i> Cuatrec.	Animesillo		Danubio	6
Burseraceae	<i>Trotinnickia aspera</i> (Standl.) Swart	Caraño		Danubio	6
Burseraceae	<i>Protium heptaphyllum</i> (Aubl.) Marchand			Danubio, Alto Anchicayá	4
Calophyllaceae	<i>Mariia macrophylla</i> Benth.	Juanito	Endémica	Danubio	6
Capparaceae	<i>Quadrifida indica</i> (L.) Jltis & Cornejo			Danubio	6
Cecropiaceae	<i>Cecropia angustifolia</i> Trécul	Yarumo		Queremal, La Elsa	1,2

## 2.1.2 Identificación de impactos del ecoturismo

Siguiendo lo contemplado en 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” (PNN, 2011). Se identificaron los impactos de las actuales actividades de turismo que se realizan en el destino, como también de las actividades proyectadas en los segmentos del programa de turismo de naturaleza en sus fases de construcción y operación.

Es importante recalcar que actualmente el área protegida no cuenta con una zonificación establecida por las entidades territoriales, pero que sin embargo existe un documento de PNN Farallones de Cali con proyección a publicarse, a partir del cual preliminarmente para el ejercicio de este Programa de Naturaleza emplearemos para determinar la zonificación dentro del área.

A continuación, la descripción y delimitación geográfica de cada zona basada en la zonificación propuesta por PNN Farallones de Cali en el documento próximo a publicarse sobre el Plan de Manejo del Área de Conservación.

Tabla 4 Descripción de las zonas de manejo.

Zonas de Manejo	Descripción del Área <sup>1</sup>
<b>Zona General Exterior</b>	Todos los caminos veredales que de la vía Simón Bolívar conducen a los ríos San Juan, Digua, Cavas, Digüita y Anchicayá Sendero Virgen de Los Remedios: Partiendo de la divisoria de aguas de las quebradas La Virgen y Piedramoler, hasta el filo o parte alta de la Quebrada La Papelillera, hasta encontrar el río Digüita. Por éste, aguas abajo hasta la cota 1.000, la cual cruza los ríos Cavas y San Juan por esa misma cota. Sitio de peregrinación Virgen de Los Remedios, en un recorrido de 5.164 ml. Sector Cavas (Río Cavas, Quebrada La Virgen). Sendero Cascada Digua: Partiendo del km 57 por la vía Simón Bolívar, pasando por la cabecera de la vereda El Digua, con una longitud de 4,4 km hasta llegar a la cascada de aproximadamente 80 m de altura. <sup>1</sup>
<b>Zona de Alta Densidad de Uso</b>	Vertiente Pacífico: Se debe incluir los 49 km que van desde el Km 51, Vereda La Elsa corregimiento de El Queremal municipio de Dagua, hasta el Kilómetro 100 límite con el Corregimiento de Agua Clara, municipio de Buenaventura. Centrales Hidroeléctricas Alto (CHAA) y Bajo Anchicayá (CHHBA)- Epsa: Ubicados en la vertiente del Pacífico del departamento del Valle del Cauca, jurisdicción del municipio de Buenaventura. La única vía de acceso es la carretera Simón Bolívar, antigua vía Cali – Buenaventura. <sup>1</sup>
<b>Zona Histórico Cultural</b>	La Elsa: Desde el límite del Parque y la confluencia de la quebrada la Cristalina hasta el filo que separa las aguas de un afluente del río Digua en sentido oriental, bajando por este filo hasta el río Digua, estas aguas arriba el filo que bordea la microcuenca de la quebrada La Cristalina hasta el límite del Parque. <sup>1</sup>
<b>Zona de Reserva CVC- Reserva Nacional Forestal Protectora del Río Anchicayá</b>	Hace referencia a el área de reserva de la CVC ubicada en el costado norte de la Vía Simón Bolívar. <sup>1</sup>
<b>Vía Simón Bolívar San José del Salado - Queremal</b>	Área comprendida a lo largo de la vía Simón Bolívar en un rango de 30 metros a cada lado de la vía, corredor de alta densidad de uso turístico en la ruta desde San José del Salado hasta el Queremal. <sup>1</sup>
<b>Vía Simón Bolívar Queremal - Danubio</b>	Área comprendida a lo largo de la vía Simón Bolívar en un rango de 30 metros a cada lado de la vía, corredor de alta densidad de uso turístico en la ruta desde el Queremal hasta el Danubio. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Basada en la zonificación propuesta por PNN Farallones de Cali en el documento pendiente a publicarse sobre el Plan de Manejo del Área de Conservación. (PNN, 2021).



Tabla 5 Descripción del entorno biofísico de cada zona.

Zonas de Manejo	Descripción del entorno biofísico de cada zona <sup>1</sup>
<b>Zona General Exterior</b>	<p>A lo largo de los caminos veredales que de la vía Simón Bolívar conducen a los ríos San Juan, Digua, Cavas, Digüita y Anchicayá. Los senderos de la Virgen de Los Remedios y el sendero de la Cascada Manto de la Virgen en el Digua se pueden evidenciar además del ecoturismo actividades como la ganadería, cultivos de peces y cultivos de pancoger como yuca, plátano, borjón, guayaba arazá, limón, naranja, cacao y lulo; algunas viviendas campesinas y algunos lugares que ofrecen servicios de alojamiento para turistas.</p> <p>La belleza escénica es de alto atractivo pues se trata de montañas de bosques nativos con algunos parches originados por actividad ganadera. Adicionalmente cuenta con un atractivo especial dadas las condiciones de niebla característicos del tipo de ecosistema de Bosque húmedo de montaña fluvio-gravitacional.</p> <p>Actualmente la información que se provee al visitante es muy limitada dado que los actuales guías locales están iniciando su proceso de aprendizaje en ofrecer un servicio de guianza profesional. Por otro lado, la información científica del lugar es limitada a documentación universitaria que no se divulga a las comunidades locales.</p> <p>Es necesario efectuar cambios en los aspectos de manejo actuales que permitan alcanzar las condiciones deseadas para la prestación de un servicio ecoturístico de calidad que además se alinee con los objetivos de conservación de las áreas de reserva natural. En especial en el manejo de los residuos sólidos y el tratamiento de las aguas residuales que son vertidas en los ríos.</p> <p>Las actividades que evidencian mayor generación de impactos en la zona donde se desarrollan las actividades ecoturísticas son la ganadería, la presencia de cultivos ilícitos y la contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Por otro lado, la presencia de animales ferales constituye una fuerte amenaza frente a la pérdida de biodiversidad y en modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies nativas.</p>
<b>Zona de Alta Densidad de Uso</b>	<p>En la zona comprendida en los 49 km que van desde el Km 51, Vereda La Elsa corregimiento del Queremal municipio de Dagua, hasta el Danubio, se evidencian además del ecoturismo actividades como la central hidroeléctrica, la ganadería, cultivos de peces y cultivos de pancoger como yuca, plátano y algunas viviendas campesinas.</p> <p>La belleza escénica es de alto atractivo pues se trata de montañas de bosques nativos con contados parches originados por actividad ganadera o de cultivos ilícitos. Su belleza escénica es además adornada por la presencia del río Digua y sus vertientes, entre estas la del Río Anchicayá y Danubio, los dos senderos de mayor atractivo turístico de la región del municipio de Dagua.</p> <p>Actualmente la información que se provee al visitante es buena puesto que los guías locales han llevado un proceso de capacitación para ofrecer un servicio de guianza de calidad. Sin embargo, es necesario profundizar en la calidad de la información, especialmente en la información científica con respecto a la biodiversidad del lugar, pues esta sigue siendo relegada a documentación universitaria o investigaciones que no son socializadas a las comunidades locales.</p> <p>Es necesario efectuar cambios en los aspectos de manejo actuales que permitan alcanzar las condiciones deseadas para la prestación de un servicio ecoturístico de calidad que además se alinee con los objetivos de conservación de las áreas de reserva natural. En especial en el manejo de los residuos sólidos y el tratamiento de las aguas residuales que son vertidas en los ríos.</p> <p>Las actividades que evidencian mayor generación de impactos en la zona donde se desarrollan las actividades ecoturísticas son la ganadería, cultivo de peces, la presencia de cultivos ilícitos y la contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Por otro lado, la presencia de animales ferales constituye una fuerte amenaza frente a la pérdida de biodiversidad y en modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies nativas.</p>
<b>Zona Histórico Cultural</b>	<p>La Elsa: Desde el límite del Parque y la confluencia de la quebrada la Cristalina hasta el filo que separa las aguas de un afluente del río Digua en sentido oriental, bajando por este filo hasta el río Digua, estas aguas arriba el filo que bordea la microcuenca de la quebrada La Cristalina hasta el límite del Parque.</p> <p>Se evidencian además del ecoturismo actividades como restaurantes con servicios de alimentación para los turistas que visitan la cascada La Elsa.</p> <p>La belleza escénica es de alto atractivo dadas las características de la cascada como principal atractivo turístico y de importante afluencia de turistas especialmente los fines de semana.</p> <p>Actualmente la información que se provee al visitante es nula puesto que no hay ningún informador turístico o guía en el área para ofrecer un servicio de calidad. Cabe resaltar que, por tratarse de una de las paradas más concurridas, representa un lugar estratégico para presentar información a los turistas respecto a la sensibilización en el manejo adecuado de residuos y en la información científica con respecto a la biodiversidad del lugar para su conservación.</p>



Zonas de Manejo	Descripción del entorno biofísico de cada zona <sup>1</sup>
	<p>Es necesario efectuar cambios en los aspectos de manejo actuales que permitan alcanzar las condiciones deseadas para la prestación de un servicio ecoturístico de calidad que además se alinee con los objetivos de conservación de las áreas de reserva natural. En especial en determinar una capacidad de carga máxima y en control del ingreso para no superarla, además del correcto manejo de los residuos sólidos.</p> <p>Las actividades que evidencian mayor generación de impactos en la zona donde se desarrollan las actividades ecoturísticas son la contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos y la presencia de alta flujo de turistas los fines de semana que puede superar la capacidad de carga del atractivo. Por otro lado, la presencia de animales ferales constituye una fuerte amenaza frente a la pérdida de biodiversidad y en modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies nativas.</p>
<p><b>Zona de Reserva CVC- Reserva Nacional Forestal Protectora del Río Anchicayá</b></p>	<p>En el área de reserva de la CVC "Reserva Nacional Forestal Protectora del río Anchicayá" ubicada en el costado norte de la Vía Simón Bolívar, se pueden evidenciar además del ecoturismo actividades como la ganadería, cultivos ilícitos, cultivos de peces y cultivos de pancoger como yuca, plátano, algunas viviendas campesinas y algunos lugares que ofrecen servicios de alojamiento para turistas.</p> <p>La belleza escénica es de alto atractivo pues se trata de montañas de bosques nativos con algunos parches originados por actividad ganadera. Adicionalmente cuenta con un atractivo especial dadas las condiciones de niebla característicos del tipo de ecosistema de Bosque húmedo de montaña fluvio-gravitacional y bosque húmedo tropical del chocó-biogeográfico que constituyen paisajes de inigualable verdor dada la abundancia y biodiversidad de especies de flora y fauna.</p> <p>Actualmente la información que se provee al visitante es buena puesto que los guías locales han llevado un proceso de capacitación para ofrecer un servicio de guianza de calidad. Sin embargo, es necesario profundizar en la calidad de la información, especialmente en la información científica con respecto a la biodiversidad del lugar, pues esta sigue siendo relegada a documentación universitaria o investigaciones que no son socializadas a las comunidades locales.</p> <p>Es necesario efectuar cambios en los aspectos de manejo actuales que permitan alcanzar las condiciones deseadas para la prestación de un servicio ecoturístico de calidad que además se alinee con los objetivos de conservación de las áreas de reserva natural. En especial en el manejo de los residuos sólidos, en el tratamiento de las aguas residuales que son vertidas en los ríos y en el control de la propagación de especies ferales que amenazan la fauna nativa.</p> <p>Las actividades que evidencian mayor generación de impactos en la zona donde se desarrollan las actividades ecoturísticas son la ganadería, la presencia de cultivos ilícitos, la contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Por otro lado, la presencia de animales ferales constituye una fuerte amenaza frente a la pérdida de biodiversidad y en modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies nativas.</p>

Zonas de Manejo	Descripción del entorno biofísico de cada zona <sup>1</sup>
<b>Vía Simón Bolívar San José del Salado - Queremal</b>	<p>En el área comprendida a lo largo de la vía Simón Bolívar en un rango de 30 metros a cada lado de la vía, corredor de alta densidad de uso turístico en la ruta desde San José del Salado hasta el Queremal, se evidencia además del ecoturismo actividades como alojamientos y restaurantes con servicios de alimentación para los turistas que visitan la región, algunas viviendas a la orilla de la carretera y construcciones no reguladas.</p> <p>Su belleza escénica es de alto atractivo pues se trata de ecosistemas diversos de bosques secos tropicales y de niebla, con presencia de construcciones de viviendas urbanas y fincas rurales alrededor del centro poblado del Queremal. Adicionalmente cuenta con un atractivo especial dadas las características del ecosistema de Bosque de niebla que constituyen paisajes de inigualable verdor dada la abundancia en especies de flora y fauna de este ecosistema.</p> <p>Actualmente la información que se provee al visitante es limitada puesto que los guías locales han llevado un proceso de capacitación para ofrecer un servicio de guianza de calidad. Sin embargo, es necesario profundizar en la calidad de la información, especialmente en la información turística de la zona e información científica con respecto a la biodiversidad del lugar, pues esta sigue siendo relegada a documentación universitaria o investigaciones que no son socializadas a las comunidades locales y por supuesto en la información de sensibilización al turista en el cuidado y conservación de los recursos naturales y en la protección de flora y fauna nativa.</p> <p>Es necesario efectuar cambios en los aspectos de control y manejo actuales que permitan alcanzar las condiciones deseadas para la prestación de un servicio ecoturístico de calidad que además se alinee con los objetivos de conservación de las áreas de reserva natural. En especial en el manejo de los residuos sólidos, en el tratamiento de las aguas residuales que son vertidas en los ríos y en el control de la propagación de especies ferales que amenazan la fauna nativa. Adicionalmente el ausente control de las construcciones desreguladas constituye una problemática urgente de manejo de la actividad turística puesto que cada vez son más negocios ubicados al borde de la carretera.</p> <p>Las actividades que evidencian mayor generación de impactos en la zona donde se desarrollan las actividades ecoturísticas son la contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Por otro lado, la presencia de animales ferales constituye una fuerte amenaza frente a la pérdida de biodiversidad y en modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies nativas.</p>
<b>Vía Simón Bolívar Queremal - Danubio</b>	<p>En el área comprendida a lo largo de la vía Simón Bolívar en un rango de 30 metros a cada lado de la vía, corredor de alta densidad de uso turístico en la ruta desde el Queremal hasta el Danubio, se evidencia además del ecoturismo actividades como restaurantes con servicios de alimentación para los turistas que visitan la cuenca, ganadería, cultivos de peces y cultivos de pancoger como yuca, plátano, algunas viviendas a la orilla de la carretera y construcciones no reguladas.</p> <p>La belleza escénica es de alto atractivo pues se trata de montañas de bosques nativos con algunos parches originados por actividad ganadera. Adicionalmente cuenta con un atractivo especial dadas las características del ecosistema de Bosque húmedo tropical del chocó-biogeográfico que constituyen paisajes de inigualable verdor dada la abundancia en especies de flora y fauna de este ecosistema lluvioso.</p> <p>Actualmente la información que se provee al visitante es limitada puesto que los guías locales han llevado un proceso de capacitación para ofrecer un servicio de guianza de calidad. Sin embargo, es necesario profundizar en la calidad de la información, especialmente en la información científica con respecto a la biodiversidad del lugar, pues esta sigue siendo relegada a documentación universitaria o investigaciones que no son socializadas a las comunidades locales y por supuesto en la información de sensibilización al turista en el cuidado y conservación de los recursos naturales y en la protección de flora y fauna nativa.</p> <p>Es necesario efectuar cambios en los aspectos de control y manejo actuales que permitan alcanzar las condiciones deseadas para la prestación de un servicio ecoturístico de calidad que además se alinee con los objetivos de conservación de las áreas de reserva natural. En especial en el manejo de los residuos sólidos, en el tratamiento de las aguas residuales que son vertidas en los ríos y en el control de la propagación de especies ferales que amenazan la fauna nativa. Adicionalmente el ausente control de las construcciones desreguladas constituye una problemática urgente de manejo de la actividad turística puesto que cada vez son más negocios ubicados al borde de la carretera. Cabe mencionar que la vía Simón Bolívar se encuentra en zona de alto riesgo no mitigable y que esto representa una amenaza inminente frente a los establecimientos turísticos que se ubiquen sobre la zona.</p> <p>Las actividades que evidencian mayor generación de impactos en la zona donde se desarrollan las actividades ecoturísticas son la contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Por otro lado, la presencia de animales ferales constituye una fuerte amenaza frente a la pérdida de biodiversidad y en modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies nativas.</p>

Tabla 6 Descripción del entorno sociocultural de cada zona.

Zonas de Manejo	Descripción del entorno sociocultural de cada zona <sup>1</sup>
<p><b>Zona General Exterior</b></p> <p><b>Zona de Alta Densidad de Uso</b></p> <p><b>Zona histórico cultural</b></p> <p><b>Zona de Reserva CVC</b></p> <p><b>Vía Simón Bolívar San José del Salado Queremal</b></p>	<p>Debido a que el tema social y cultural es transversal a toda la cuenca del río Anchicayá, se realizará una descripción general para todas las áreas de manejo contempladas por las autoridades ambientales del territorio. Desde el corregimiento del Queremal hasta el corregimiento el Danubio, existe presencia de grupos familiares, comunitarios y privados que realizan actividades relacionadas con el turismo, la agricultura, el transporte, comercio, construcción, barequeo, extracción y venta de madera, transporte de mercancía y personas en caballos, aprovechamiento de reses para venta de carne y leche en los mercados locales, artesanías, elaboración de bebidas ancestrales, siembra de cultivos ilícitos, entre otros, lo cual les permite generar ingresos económicos para el diario vivir en el territorio.</p> <p>En cuanto al turismo, actividad más representativa económicamente en el territorio, permite la activación constante de hoteles, fincas de descanso y/o recreo, viviendas rurales-familiares, zonas de camping, además de las personas locales que son contratadas para limpieza y embellecimiento de estas. También están los intérpretes del territorio contratados como guías locales, restaurantes, establecimientos asociados a la gastronomía que se encuentran al pie de ríos, charcos y cascadas. Fincas temáticas para el avistamiento de aves, lugares para prácticas de salud holística y bienestar, tiendas, espacios improvisados para parqueaderos, venta de bebidas artesanales, entre otros</p> <p>Entre los actores del territorio se encuentran organizaciones comunitarias y privadas dedicadas a actividades turísticas como Quereme Paz, Halcones Valle Tours, Cortucan, Mundo Anchicayá, Destino Anchicayá, Anchicayá Biodiversa, Anchicayá Travel, entre otros, que logran realizar el aprovechamiento de los recursos ecosistémicos de la zona y generan dinamización económica para el sector y sus familias. Así mismo, a la cuenca llegan agencias y tour operadores de ciudades como Cali a realizar aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes.</p> <p>Los grupos comunitarios que habitan la zona expresan que les resulta favorable habitar el territorio declarado como Parques Nacional como la Zona de Reserva Forestal, ya que esta les genera bienestar en su modo de vivir, además de ser un lugar inspira tranquilidad a pesar de las problemáticas que se presentan por el conflicto armado</p> <p>La posición de los miembros de la comunidad frente a la presencia de visitantes es favorable en su mayoría, pues representa una fuente de ingresos para su supervivencia. De igual manera, manifiestan que los visitantes respetan y se sienten atraídos por la cultura y los valores que estos tienen en el territorio.</p> <p>En el marco de entendimiento entre Parques Nacionales y la Empresa de Energía Celsia, se realizó el estudio de capacidad de carga turística por parte de Eprodesa en los senderos del Manto de la Virgen y la Virgen de los Remedios, con el objetivo de generar datos que permitieran determinar el número máximo de visitantes, sin que se generen impactos significativos en el entorno biofísico. El resultado arrojado es el siguiente: Sendero al Manto de la Virgen: 49 personas por día y Sendero Virgen de los Remedios: 16 personas por día.</p> <p>Así mismo, Parques Nacionales Realizó un estudio de capacidad de carga para el Cañón del Río Anchicayá, dando como resultado un total de 335 personas por día. Hay un acuerdo de palabra entre esta entidad con la asociación CORTUCAN para la operación del atractivo con turistas, este acuerdo incluye la presencia de un guarda parques los días domingos y festivos, y hasta la fecha ha tenido resultados satisfactorios según lo reportado por la PNN.</p> <p>En el sendero hacia el Oasis de la Sirena, en el corregimiento el Danubio, existe un acuerdo con la CVC para tener los fines de semana un guardabosques que realice la sensibilización a los turistas, para que disfruten del entorno con la mayor responsabilidad posible.</p> <p>Las actividades apropiadas para la zona de acuerdo a los intereses y capacidades de los grupos comunitarios y privados, son la oferta de productos y servicios en relación a las experiencias de turismo, en especial con la temática de paz y conflicto dada la presencia de personas excombatientes que actualmente contemplan la actividad turística como alternativa económica promovida por programas como PNIS-Programa Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos y la ARN-Agencia para la Reincorporación y la Normalización que actualmente llevan procesos para fortalecer la actividad turística para estos grupos de personas.</p> <p>La actividad ecoturística está generando empleos directos en esta zona de manejo.</p> <p>Hay algunas "reglas" o costumbres culturales que la comunidad siente que los visitantes distorsionan. En especial, los habitantes del territorio manifiestan que los turistas que lleguen a hacer uso de los recursos ecosistémicos existentes deberán adaptarse a las normas establecidas por ellos. Entre estas se encuentran la prohibición a la extracción de fauna y flora, el no ingreso de mascotas, no consumo de sustancias psicoactivas, entre otras.</p> <p>El aumento de la demanda de turistas en el territorio ha provocado que algunas de las personas que comercializan productos en el destino aumenten el valor de estos, no solo para el turista, también para el habitante local.</p>

Zonas de Manejo	Descripción del entorno sociocultural de cada zona <sup>1</sup>
	Del total de los ingresos que el prestador de servicio obtiene al año, aproximadamente un 30% proviene de las actividades que realizan con los turistas

Tabla 7 Descripción del entorno de manejo de cada zona y sus actividades permitidas.

Zonas de Manejo	Descripción del entorno de manejo de cada zona	Actividades Permitidas
<b>Zona General Exterior</b>	<p>Permitir el uso regulado de zonas con bellezas paisajísticas y atractivos turísticos mediante actividades de bajo impacto que no alteren las condiciones ambientales y ecológicas del área. Articulación con las autoridades ambientales y Territoriales, para la implementación de acciones prioritizadas en las diferentes herramientas de ordenamiento (POMCAS, POMCH, POT y PBOT) Facilitar espacios de participación comunitaria, para que las personas que resulten afectadas con la reglamentación propuesta tengan la oportunidad de conocer las herramientas de ordenamiento formuladas y la normatividad que las reglamenta. Fortalecimiento de las organizaciones comunitarias, en coordinación con otras instituciones para el ordenamiento de las actividades Ecoturísticas (PNN, 2021).</p>	<p>Investigación con énfasis en oferta y valoración ecoturística. Actividades ecoturísticas permitidas (senderismo, baño en río, picnic, observación de fauna, flora, toma de fotografías) y reguladas, en las temporadas definidas por el PNN Farallones de Cali de acuerdo con las restricciones climáticas. Educación ambiental asociada a los VOC del AP. Aquellas actividades que se permitan mediante acto administrativo con sustento técnico o lineamiento determinado por Parques Nacionales Naturales en relación con el tema de Uso, ocupación y tenencia (Trámites ambientales tales como permiso para fotografía y filmación, Concesiones, permisos para vertimientos entre otros). (PNN, 2021).</p>
<b>Zona de Alta Densidad de Uso</b>	<p>Permitir el desarrollo de actividades propias del proyecto de importancia nacional y utilidad pública, previo trámite de los permisos correspondientes, manteniendo el monitoreo de las actividades permitidas. Reglamentar el uso de las vías carreteables e infraestructura asociada (PNN, 2021).</p>	<p>Actividades propias de la central (Epsa). Mantenimiento de infraestructura propia de la central hidroeléctrica Investigación y Monitoreo de VOC y demás estrategias implementadas, siguiendo los protocolos y permisos establecidos por la entidad Investigación con énfasis en oferta y valoración ecoturística. Actividades permitidas y reguladas, en las temporadas definidas por el PNN Farallones de Cali de acuerdo con las restricciones climáticas en relación con el tema de Uso, ocupación y tenencia (Trámites ambientales tales como Concesiones, permisos para vertimientos entre otros). de Cali de acuerdo con las restricciones climáticas en relación con el tema de Uso, ocupación y tenencia (Trámites ambientales tales como Concesiones, permisos para vertimientos entre otros). Mantenimiento y adecuaciones de infraestructura asociada a la gestión para la administración del área protegida (PNN, 2021).</p>
<b>Zona Histórico Cultural</b>	<p>Promover la investigación que permita contar con evidencia científica y saberes ancestrales acerca de la importancia arqueológica, histórica y cultural de la zona. Definir y ordenar de forma participativa los usos y actividades ancestrales sostenibles de la comunidad indígena Kwes'x Kiwe del Alto de la Mona, con el fin de contribuir a la conservación del hábitat natural en la que desarrollan su cultura. (PNN, 2021)</p>	<p>Investigación científica de bajo impacto. Actividades ancestrales sostenibles que se suscriban en el marco de los acuerdos de uso y manejo. Aquellas actividades que se permitan mediante acto administrativo con sustento técnico o lineamiento determinado por Parques Nacionales Naturales en relación con el tema de Uso, ocupación y tenencia (Trámites ambientales tales como Concesiones, permisos para vertimientos entre otros). (PNN, 2021)</p>



Zonas de Manejo	Descripción del entorno de manejo de cada zona	Actividades Permitidas
<b>Zona de Reserva CVC</b>	<p>Actualmente no existe un plan de manejo que determine la zonificación del área de Reserva Forestal Protectora Nacional de la CVC. Sin embargo, la Ley 99 de 1993, en el artículo 31, de las funciones de las Corporaciones Autónomas Regionales, indica que: “Sin perjuicio de las atribuciones de los municipios y distritos en relación con la zonificación y el uso del suelo, de conformidad por lo establecido en el artículo 313 numeral séptimo de la Constitución Nacional, las Corporaciones Autónomas Regionales establecerán las normas generales y las densidades máximas a las que se sujetarán los propietarios de vivienda en áreas suburbanas y en cerros y montañas, de manera que se protejan el medio ambiente y los recursos naturales. No menos del 70% del área a desarrollar en dichos proyectos se destinará a la conservación de la vegetación nativa existente (Congreso de Colombia, 1993).</p> <p>Adicionalmente, mediante la Resolución 1208 de 2018, se precisa el límite de la Reserva Forestal Protectora Nacional río Anchicayá, declarada mediante la Resolución número 11 de 1943 y ampliada a través de la Resolución número 38 de 1946 del Ministerio de la Economía Nacional (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2018).</p> <p>Desde la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca se espera avanzar en la formulación del plan de manejo de esta Reserva Nacional que abarca los municipios de Dagua y Buenaventura, para lo cual se consolidará un Documento Técnico de Soporte.</p>	<p>El Decreto número 1076 de 2015, dispone en su artículo 2.2.2.1.2.1 literal b) que las Reservas Forestales Protectoras son áreas protegidas del Sinap, y corresponden a la categoría de áreas protegidas públicas;</p> <p>Adicionalmente en su artículo 2.2.2.1.2.3 menciona que, las reservas forestales protectoras constituyen un “Espacio geográfico en el que los ecosistemas de bosque mantienen su función, aunque su estructura y composición haya sido modificada y los valores naturales asociados se ponen al alcance de la población humana para destinarlos a su preservación, uso sostenible, restauración, conocimiento y disfrute. Esta zona de propiedad pública o privada se reserva para destinarla al establecimiento o mantenimiento y utilización sostenible de los bosques y demás coberturas vegetales naturales”; Señala además que “la reserva, delimitación, alineación, declaración y sustracción de las Reservas Forestales que albergan ecosistemas estratégicos en la escala nacional, corresponde al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en cuyo caso se denominan Reservas Forestales Protectoras Nacionales. La administración corresponde a las Corporaciones Autónomas Regionales de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Ministerio” (República de Colombia, 2015).</p>
<b>Vía Simón Bolívar San José del Salado - Queremal</b>	<p>Según el decreto No. 1-3-0416 de 2018, de la Gobernación del Valle del Cauca, la vía Simón Bolívar es declarada Vía de Segundo Orden, para la cual se determinan 45 metros de faja de retiro obligatorio o área de reserva o de exclusión (Gobernación del Valle del Cauca, 2018).</p>	<p>En las fajas de retiro obligatorio o área de reserva o de exclusión, definidas en la Ley 1228 de 2008 y en el Decreto 2976 de 2010, solo se permite el desarrollo de obras que permitan facilitar el transporte y tránsito y de los servicios conexos a la vía, tales como construcción de carriles de aceleración y desaceleración; así como la ubicación o instalación de elementos necesarios que aseguren y organicen la funcionalidad de la vía, como elementos de semaforización y señalización vial vertical, mobiliario urbano,</p>
<b>Vía Simón Bolívar Queremal - Danubio</b>		<p>ciclo rutas, zonas peatonales, estaciones de peajes, pesajes, centros de control operacional, áreas de servicio, paraderos de servicio público, áreas de descanso para usuarios, y en general las construcciones requeridas para la administración, operación, mantenimiento y servicios a los usuarios de la vía, contempladas por la entidad que administra la vía dentro del diseño del proyecto vial (Ministerio de Vivienda, 2008)</p>

Tabla 8 Identificación de impactos por zona de manejo

Zonas de Manejo	Tipo de impacto	Entorno Biofísico	Entorno Social	Entorno de Gestión
<b>Zona General Exterior</b>	Negativos	Contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies Pérdida de biodiversidad. Pérdida de cobertura vegetal y consecuente erosión.	Pérdida de identidad cultural y arraigo Generación de conflictos sociales a causa del mal manejo en la gestión comunitaria del sendero Manto de la Virgen	No existe una gestión administrativa de la actividad turística No existe la presencia de personal, equipos y recursos financieros que asignan las instituciones para el ecoturismo como estrategia de conservación No existe un plan de manejo actualizado (en revisión por PNN) Generación de conflictos sociales a causa del mal manejo en la gestión comunitaria del sendero Manto de la Virgen
	Positivos	Generación de conocimiento científico para el manejo de fauna y flora locales	Generación de ingresos Generación de empleo Generación de alternativas económicas a cultivos ilícitos y grupos armados	Articulación de comunidades locales para la gestión de los senderos ecoturísticos: Quereme Paz. Presencia de operador turístico local:
<b>Zona de Alta Densidad de Uso</b>	Negativos	Contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies Pérdida de biodiversidad Pérdida de cobertura vegetal y consecuente erosión Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento	Pérdida de identidad cultural y arraigo	No existe una gestión administrativa de la actividad turística No existe la presencia de personal, equipos y recursos financieros que asignan las instituciones para el ecoturismo como estrategia de conservación No existe un plan de manejo actualizado (en revisión por PNN)
	Positivos		Generación de ingresos Generación de empleo Generación de alternativas económicas a cultivos ilícitos y grupos armados	
<b>Zona Histórico Cultural</b>		Contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies Pérdida de biodiversidad Pérdida de cobertura vegetal y consecuente erosión Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento	Pérdida de identidad cultural y arraigo	No existe una gestión administrativa de la actividad turística No existe la presencia de personal, equipos y recursos financieros que asignan las instituciones para el ecoturismo como estrategia de conservación No existe un plan de manejo actualizado (en curso)
<b>Zona de Reserva CVC</b>	Negativos	Contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies Pérdida de biodiversidad Pérdida de cobertura vegetal y consecuente erosión Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento	Pérdida de identidad cultural y arraigo	No existe una gestión administrativa de la actividad turística No existe la presencia de personal, equipos y recursos financieros que asignan las instituciones para el ecoturismo como estrategia de conservación No existe un plan de manejo actualizado (en curso)

Zonas de Manejo	Tipo de impacto	Entorno Biofísico	Entorno Social	Entorno de Gestión
	Positivos	Generación de conocimiento científico para el manejo de fauna y flora locales Divulgación de información de carácter pedagógico para la conservación de especies en especial las aves.	Generación de ingresos Generación de empleo Generación de alternativas económicas a cultivos ilícitos y grupos armados	
<b>Vía Simón Bolívar San José del Salado - Queremal</b>	Negativos	Contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies Pérdida de biodiversidad Pérdida de cobertura vegetal y consecuente erosión Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento Deterioro condiciones paisajísticas naturales por manejo inadecuado de residuos sólidos o barreras visuales. Contaminación del río a causa de la generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento Deterioro de condiciones paisajísticas, contaminación por generación de residuos de construcción Deterioro de condiciones paisajísticas y contaminación visual a causa de señalética y publicidad masiva	Pérdida de identidad cultural y arraigo	Ausente reglamentación en el uso de señalética y publicidad Construcción desregulada Ausente gobernanza en el territorio
	Positivos		Gusto por parte de locales al recibir turistas en la región Generación de investigación en gastronomía tradicional en la generación de arraigo e identidad cultural Generación de ingresos Generación de empleo	

Zonas de Manejo	Tipo de impacto	Entorno Biofísico	Entorno Social	Entorno de Gestión
Vía Simón Bolívar Queremal - Danubio	Negativos	Contaminación del suelo y visual a causa del mal manejo de residuos sólidos. Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies Pérdida de biodiversidad Pérdida de cobertura vegetal y consecuente erosión Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento Deterioro condiciones paisajísticas naturales por manejo inadecuado de residuos sólidos o barreras visuales. Contaminación del río a causa de la generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento Deterioro de condiciones paisajísticas, contaminación por generación de residuos de construcción Deterioro de condiciones paisajísticas y contaminación visual a causa de señalética y publicidad masiva	Pérdida de identidad cultural y arraigo	Ausente reglamentación en el uso de señalética y publicidad Construcción desregulada Ausente gobernanza en el territorio
	Positivos		Generación de ingresos Generación de empleo Generación de alternativas económicas a cultivos ilícitos y grupos armados	

Posteriormente se realizó una evaluación de los impactos negativos generados por las actividades turísticas que se desarrollan actualmente en cada uno de los sitios de atractivo turístico, identificando la posible presión que los genera. Así mismo se llevó a cabo la evaluación de los impactos según los criterios establecidos en 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:

1) el deterioro ambiental, 2) otras presiones antrópicas, 3) satisfacción del visitante, 4) viabilidad del manejo del impacto, 5) salud pública y 6) seguridad.

La escala de evaluación de los criterios ambientales varía entre 15 y 60, con el fin de darle un mayor peso a los impactos ambientales, mientras que la escala de evaluación de los cinco criterios restantes varía entre 0 y 8 y entre todos suman el 40 restante. De acuerdo con el criterio aplicado, es empleada la escala cualitativa correspondiente propuesta por PNN, la cual es a su vez asociada a una escala cuantitativa, la cual permite sumar los puntajes de los seis criterios y tener una evaluación cuantitativa del impacto. Los resultados de este análisis se observan a continuación en la **Tabla 9. Impactos por Sitios y Actividades:**



Tabla 9 Impactos por Sitios y Actividades (Ver Anexo 6):

Tabla 4. Priorización de Impactos					Criterios de Evaluación									
ZONA	SITIO	ACTIVIDADES	PRESIÓN	IMPACTOS NEGATIVOS	Disturbio ambiental	Otros presiones	Saturación	Alteración del paisaje	Salud pública	Seguridad de visitantes	Calificación Total	Nivel de priorización		
Zona General Estadio	Sendero Virgen de Los Remedios y Sendero Casada María de la Virgen	Senderismo, fotografía, observación de fauna, peregrinación y baño en la cascada.	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
			Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	IR	30	5	5	4	0	0	30	BAJA	
			Interacción con flora y fauna	Perdida de biodiversidad	SV	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
			Extracción de flora y fauna	Perdida de biodiversidad	A	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA	
Zona de Alta Densidad de Uso	Sendero Arqueológico	Senderismo, fotografía, observación de fauna, investigación	Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
			Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
			Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	IR	30	5	5	4	0	0	30	MODERADA	
			Interacción con flora y fauna	Perdida de biodiversidad	SV	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
	Sendero La Orlita	Senderismo, fotografía, observación de fauna, investigación	Extracción de flora y fauna	Perdida de biodiversidad	A	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA	
			Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
			Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
			Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	IR	30	5	5	4	0	0	30	MODERADA	
	Sendero Siete Ciudades-Km 81	Senderismo, fotografía, observación de fauna, investigación y actividades acuáticas recreativas	Interacción con flora y fauna	Perdida de biodiversidad	SV	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
			Extracción de flora y fauna	Perdida de biodiversidad	A	30	5	5	4	0	0	38	BAJA	
			Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
			Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
Zona Histórico Cultural	Sendero Chomera La Elva	Actividades artísticas recreativas y zona de alimentación.	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	SV	45	0	5	4	5	0	65	MODERADA	
			Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	IR	30	0	5	4	0	0	42	MODERADA	
			Interacción con flora y fauna	Perdida de biodiversidad	SV	30	0	4	4	0	0	38	BAJA	
			Extracción de flora y fauna	Perdida de biodiversidad	A	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA	
	Zona de Reserva CVC	Sendero de la Rarita	Senderismo, fotografía, observación de fauna, investigación de la rana Ocellular ymami	Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	0	4	4	0	0	38	BAJA
				Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA
				Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	IR	30	5	5	4	0	0	30	MODERADA
				Interacción con flora y fauna	Perdida de biodiversidad	SV	45	0	4	4	0	0	55	MODERADA
		Sendero del Paraje del Pacífico	Senderismo, fotografía, observación de fauna en especial avifauna, investigación y observación del pájaro paraje del pacífico Cephalopterus y pendáger	Extracción de flora y fauna	Perdida de biodiversidad	IR	45	5	5	4	0	0	65	MODERADA
				Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	0	4	4	0	0	38	BAJA
				Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	SV	30	0	5	5	0	0	48	MODERADA
				Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	IR	30	0	5	4	0	0	42	MODERADA
Sendero El Cacahal	Senderismo, fotografía, observación de fauna, investigación	Interacción con flora y fauna	Perdida de biodiversidad	SV	45	0	4	4	0	0	55	MODERADA		
		Extracción de flora y fauna	Perdida de biodiversidad	A	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA		
		Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	0	4	4	0	0	38	BAJA		
		Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA		
Sendero La Sirena	Senderismo, fotografía, observación de fauna, investigación y actividades acuáticas recreativas. Zona de alimentación.	Contaminación del suelo y visual	Contaminación del río	SV	45	5	5	4	5	0	73	ALTA		
		Generación de ruido	Contaminación sonora. Por fuentes fijas como equipos de sonido que afectan el disfrute de los sonidos de la naturaleza y/o alejan la fauna.	IR	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA		
		Perdida de Biodiversidad	Desaparición de biodiversidad (Especies de flora y fauna), por extracción concienzuda y selectiva de algunos elementos, o el establecimiento de cultivos agrícolas (díces o ñatos)	A	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA		
San José del Salado	Vía Hacienda el Sono	Turismo de esparcimiento, gastronomía y cultural	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
			Generación de ruido	Contaminación sonora. Por fuentes fijas como equipos de sonido que afectan el disfrute de los sonidos de la naturaleza y/o alejan la fauna.	IR	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA	
Querenal	Vía a Toko	Senderismo, turismo, fotografía, observación de fauna y flora, actividades acuáticas y recreativas en el río San Juan	Tránsito y concentración de visitantes	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	30	5	4	4	0	0	45	BAJA	
			Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y visual	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
			Generación de ruido	Contaminación sonora. Por fuentes fijas como equipos de sonido que afectan el disfrute de los sonidos de la naturaleza y/o alejan la fauna.	IR	30	5	5	4	0	0	50	MODERADA	
Vía Simón Bolívar Querenal - Danubio	Vía Simón Bolívar	Senderismo, turismo, fotografía, observación de fauna y flora, actividades acuáticas y recreativas	Manejo inadecuado de residuos sólidos	Deterioro de condiciones paisajísticas naturales por manejo inadecuado de residuos sólidos o barreras visuales.	IR	45	5	5	5	5	0	77	ALTA	
			Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento	Contaminación del río	SV	45	5	5	4	5	0	73	ALTA	
			Construcción de nuevas infraestructuras turísticas sin permisos de construcción	Deterioro de condiciones paisajísticas, contaminación por generación de residuos de construcción	IR	45	5	5	4	0	0	65	MODERADA	
			Uso de señalética de manera masiva	Deterioro de condiciones paisajísticas y contaminación visual	IR	45	5	5	5	0	0	60	MODERADA	
			Presencia de animales ferales	Perdida de biodiversidad nativa	SV	45	5	5	4	5	0	73	ALTA	
Otros Impactos NO asociados al ecoturismo	AMBITALES		Presencia de señalética en deterioro	Deterioro de condiciones paisajísticas	SV	30	5	5	5	0	0	54	MODERADA	
			Deforestación a causa de la demanda de materiales de construcción y especies maderables	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	60	5	5	0	0	0	76	ALTA	
			Comercialización de especies de flora y fauna	Perdida de Biodiversidad	IR	45	5	5	4	0	0	65	MODERADA	
			Caza		A	45	5	4	4	0	0	61	MODERADA	
			Mercaderías y salvas fijas		IR	60	5	4	0	0	4	76	ALTA	
Sanidad con prácticas inadecuadas	Perdida de cobertura vegetal y consecuente erosión	IR	60	5	4	4	0	0	76	ALTA				

El resultado de este ejercicio permitió definir los impactos con nivel de prioridad alto, medio y bajo y las acciones de manejo o monitoreo en el corto y mediano plazo, con el propósito de controlarlos o minimizar los impactos priorizados, las acciones de manejo se elaboraron según la priorización de impactos, y se muestra a continuación en la **Tabla 10. Acciones de Manejo para Impactos con priorización alta y media:**

Tabla 10 Acciones de Manejo para Impactos con priorización alta y media

PRESIÓN	IMPACTOS NEGATIVOS	Priorización	Acciones de Manejo
Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo, las fuentes hídricas y visual	ALTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar estrategia de sensibilización y educación ambiental los turistas en los sitios de interés (áreas protegidas) que involucre el no ingreso de plásticos de un solo uso y que manera unificada pueda ser implementada por los prestadores de servicio turístico.</li> <li>- Fortalecimiento de la gestión integral de los residuos sólidos para el corredor Queremal Danubio que involucre acciones para el manejo de los residuos generados al interior del corredor, así como los residuos generados por la actividad turística. Esto implica el aprovechamiento de los residuos orgánicos por parte de los habitantes mediante prácticas como el compostaje y la consolidación de proyecto de aprovechamiento de residuos con potencial de reciclaje.</li> <li>-Consolidar y/o fortalecer una instancia local que permita avanzar en la gestión integral de los residuos sólidos y analizar estrategias de mejoramiento en la temática tales como canales de comunicación y roles institucionales.</li> <li>-Identificar puntos críticos de generación de residuos sólidos para implementar acciones de mejora y monitoreo.</li> </ul>
Generación de ruido	Modificaciones en la distribución y el comportamiento de las especies	MEDIA	Sensibilización ambiental y educación ecológica para turistas, poblaciones locales y operadores turísticos (sobre todo guías), a fin de que se minimice la perturbación a la fauna silvestre nativa. Socializar con los prestadores ser servicios turísticos la normatividad vigente
Interacción con flora y fauna		BAJA	
Extracción de flora y fauna	Pérdida de biodiversidad	MEDIA	Sensibilización ambiental y educación ecológica para turistas, poblaciones locales y operadores turísticos (sobre todo guías), a fin de que se minimice la perturbación a la fauna silvestre nativa.
Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento	Contaminación del río	ALTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En las zonas urbanas la implementación de Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales PTARs y en las zonas rurales la implementación de Pozos Sépticos ( Sitares) , también uso biodigestores, que realizan un tratamiento de aguas residuales con la consecuente generación de biogás.</li> <li>- Promover el reciclaje de aceites usados para elaboración de productos con valor agregado en prácticas de turismo (Ej.: Veladoras de la vereda el engaño)</li> <li>- En las zonas rurales, hacer uso de sistemas de tratamiento de aguas en viviendas y negocios.</li> <li>Promover e implementar el uso de baños secos.</li> <li>Implementar otro tipo de sistemas que descontaminan el agua como hacer uso de plantas que purifican el agua para verterla en los ríos ya descontaminada.</li> <li>Realizar mingas comunitarias para la fabricación de pozos sépticos para familias que no tienen los recursos necesarios para fabricarlos por sus propios medios.</li> </ul>
Pérdida de Biodiversidad	Desaparición de biodiversidad (Especies de flora y fauna). por extracción	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover y realizar cultivos alternativos con corredores biológicos y evitar los monocultivos.</li> <li>Implementar proyectos de pago por Servicios Ambientales PSA</li> </ul>

PRESIÓN	IMPACTOS NEGATIVOS	Priorización	Acciones de Manejo
	continuada y selectiva de algunos elementos, o el establecimiento de cultivos agrícolas lícitos o ilícitos		Adelantar labores de monitoreo comunitario del estado de la biodiversidad
Construcción de nueva infraestructura turística sin permisos de construcción	Deterioro de condiciones paisajísticas, contaminación por generación de residuos de construcción	MEDIA	Establecer un ordenamiento territorial y los mecanismos de control necesarios para la gestión adecuada de la construcción desregulada en áreas de reserva natural. Establecer y socializar regulación en materia de señalética para el corredor turístico en articulación con los actores sociales
Uso de señalética de manera masiva	Deterioro de condiciones paisajísticas y contaminación visual	MEDIA	Establecer la normativa para la señalética a lo largo de toda la ruta.
Presencia de animales ferales	Pérdida de biodiversidad nativa	ALTA	Realizar campañas de adopción y de esterilización.
Presencia de señalética en deterioro	Deterioro de condiciones paisajísticas	MEDIA	Establecer protocolo de mantenimiento de la señalética en la ruta

Con el objetivo de construir los indicadores, se realizaron reuniones de trabajo con los profesionales de componente social y ambiental, lo que permitió identificar elementos claves para el seguimiento y evaluación de los impactos generados por las actividades antrópicas, esto, con el fin de establecer el rango de valores a tener en cuenta sobre la oferta ambiental de los atractivos naturales como, por ejemplo, la presencia de especies endémicas o zonas vulnerables a ser visitadas por turistas (zonas de anidación) las cuales tendrán un valor de 10 en una escala de 1 a 10.

La selección de los indicadores de monitoreo permitirá realizar seguimiento al éxito de las acciones de manejo en el control o minimización de los impactos identificados, y contribuir al logro de las condiciones deseadas para el ecoturismo en el destino, además permitirá evaluar las medidas de manejo e inducir cambios y mejoras cuando estos indicadores se salgan de los límites establecidos. Los indicadores se seleccionaron y diseñaron de acuerdo con el análisis y priorización de impactos en cada sitio y a criterios definidos previamente.

Con este objetivo, se definieron tres (3) tipos de indicadores A) presión, B) estado C) respuesta y se elaboró una hoja metodológica para cada indicador la cual incluye la siguiente información: Nombre del indicador, Descripción del indicador, Metodología, Periodicidad en la toma de información, Unidad de medida, Fórmula del indicador, Presentación de los resultados (Gráfico del comportamiento), Umbral y Responsable. Las hojas metodológicas de indicadores se encuentran en el **Anexo 4**.

A continuación, una tabla de resumen de los indicadores seleccionados:

*Tabla 11 Matriz de resumen de los indicadores, sus objetivos de medición, tipo de indicador y periodicidad en la medida.*

Nombre	Objetivo	Tipo	Periodicidad
Cambio de cobertura vegetal	Este indicador permite ir precisando la cantidad de hectáreas con cobertura vegetal natural presentes y su forma de medición a través de análisis SIG multitemporal, revisión	Estado	Reporte anual por escrito y magnético. El análisis multitemporal se hará para periodos de 4 años



Nombre	Objetivo	Tipo	Periodicidad
	de información bibliográfica y datos obtenidos en campo.		aproximadamente dependiendo de la información disponible.
Calidad del agua de acuerdo con el uso	Medir variables fisicoquímicas, biológicas y microbiológicas que hacen parte de la calidad del agua, de acuerdo con el uso que se le dé a este recurso (consumo doméstico, agrícola, pecuario, contacto primario, contacto secundario, preservación, etc.). Indicador de vital importancia ya que está asociado a la salud pública y a la calidad de los servicios ambientales en términos hídricos ofrecidos en área (servicios ecoturísticos).	Estado	Las variables fisicoquímicas y microbiológicas se tomarán cada tres meses. El muestreo acuático para determinar la presencia de bioindicadores en el agua se hará cada mes.
Abundancia y riqueza de especies en el área de influencia de un sitio determinado para el turismo	Precisar la cantidad de especies y la abundancia de estas en el área. Su forma de medición a través de revisión de información bibliográfica, bases de datos colaborativas y observación en campo podrían aportar datos sobre diversidad específica a nivel local de especies nativas o exóticas	Estado	Reporte semestral por escrito y magnético.
Número de evidencias de residuos sólidos en sitios críticos	Medir la cantidad de residuos sólidos encontrados en puntos críticos identificados, como son: senderos, sitios de atención de visitantes, restaurantes, alojamientos, etc.	Presión	Reporte mensual por escrito y magnético. El análisis multitemporal se hará para periodos de 3 meses aproximadamente dependiendo de la información disponible.
Porcentaje de variación en la composición de los residuos sólidos	Medir la proporción de residuos sólidos de acuerdo con la siguiente clasificación: plástico, vidrio, metal y material biodegradable. Los elementos biodegradables incluyen todo material orgánico externo al área, de fácil y rápida degradación, e incluye el papel, cartón y derivados.	Presión	Reporte mensual por escrito y magnético. El análisis multitemporal se hará para periodos de 3 meses aproximadamente dependiendo de la información disponible.
Número de pozos sépticos en funcionamiento a lo largo de la cuenca y en sitios turísticos.	Medir la cantidad de pozos usados para el tratamiento primario de las aguas residuales domésticas. En ellos se realiza la separación y transformación fisicoquímica de la materia orgánica contenida en esas aguas.	Presión	Reporte anual
Número de visitantes que ingresan con mascotas	Una de las principales causas de pérdida de biodiversidad en los ecosistemas se debe a la presencia de especies exóticas, que son aquellas originarias de otros lugares del mundo y traídas al país por el hombre. La presencia de estas mascotas es ajena a los ambientes naturales por lo que su instinto y comportamiento natural impactan de modo directo e indirecto en la fauna y flora local, independientemente de si el animal tiene buena conducta y se encuentra con las vacunas al día.	Presión	Reporte mensual por escrito y magnético. El análisis multitemporal se hará para periodos de 3 meses aproximadamente dependiendo de la información disponible.
Número de situaciones que generaron incomodidad al visitante.	Este indicador responde a la pregunta: ¿Cuál de las siguientes situaciones le generó incomodidad durante su visita? Con seis posibles respuestas: Inseguridad, Ruido, Basura, Mal servicio de guianza, Venta de fauna, otra.	Respuesta	Reporte mensual por escrito y magnético. El análisis multitemporal se hará para periodos de 3 meses aproximadamente dependiendo de la información disponible.
Variación en el nivel de satisfacción de la comunidad local sobre el ecoturismo	Este indicador busca identificar las percepciones y opiniones de las comunidades que habitan el área de influencia de las zonas donde se desarrolló el ecoturismo y el impacto de estos.	Respuesta	Reporte anual por escrito y magnético. El análisis multitemporal se hará para periodos de 2 años aproximadamente dependiendo de la información disponible.

## Índice de Gestión e Indicadores del Plan de Manejo

Para el control y seguimiento del Programa de turismo de naturaleza en la cuenca del río Anchicayá sector Dagua se han construido diversos indicadores que miden el éxito de las acciones de manejo en el control o minimización de los impactos identificados, contribuyendo a lograr las condiciones deseadas para el ecoturismo en el área protegida además de evaluar las medidas de manejo e inducir cambios y mejoras cuando estos indicadores se salgan de los límites establecidos.

Estos indicadores se circunscriben a los procesos que ocurren en el área por lo que se componen de tres variables: 1. indicadores de estado de los valores naturales; 2. indicadores de presión sobre los valores naturales; y 3. indicadores de respuesta (procesos de gestión y gestión local).

Estos indicadores, como se mencionó anteriormente, buscan dar gestión y respuesta a los impactos identificados y priorizados en función del ecoturismo en el área. Por lo tanto, a continuación, se resumen los impactos con alta prioridad (Tabla 4 numeral 2.1.2):

- Generación de residuos sólidos con la consecuente contaminación tanto de los ecosistemas terrestres como acuáticos además del nivel de contemplación o visual humana. Este impacto fue priorizado como alto para casi la totalidad de las zonas, sitios y recorridos en la cuenca.
- Generación de aguas residuales dispuestas sin tratamiento afectando tanto la calidad del bien agua por ende la salud humana y de los ecosistemas. Este Impacto se identificó para la totalidad de asentamientos humanos a lo largo de la vía Simón Bolívar y en los diferentes sitios de recreación en fuentes hídricas por aglomeración de visitantes.
- Manejo inadecuado de residuos sólidos y residuos electrónicos. No se cuentan con zonas de acopio y gestión adecuada de los elementos generados.
- Pérdida de biodiversidad. Como primera causa la presencia de animales ferales. Estos generan pérdida de biodiversidad nativa afectando la distribución y el comportamiento de las especies.

Las hojas metodológicas para la caracterización de cada indicador seleccionado se encuentran en el **Anexo 4**.

### 2.1.3 Identificación de potenciales de la biodiversidad local para el turismo de naturaleza

A partir de recorridos de campo con acompañamiento de sabedores o baquianos de la comunidad para el reconocimiento de la fauna y flora de la zona, que, complementados con la revisión de fuentes secundarias, consulta con expertos locales y entrevistas, permitieron identificar las potencialidades de la biodiversidad local, lo que nos brinda un análisis y listado de las especies más representativas de la zona y con alto potencial para el ecoturismo, entre estas las aves.

Se documentaron los potenciales de la biodiversidad y del espacio local identificados, así como los bienes y servicios ecosistémicos ofrecidos en los entornos:

- Biofísico
- Biodiversidad presente

A su vez, estos entornos se categorizaron en los componentes:

- Apropiación social - Valoración de importancia local
- Estado de conservación y endemismo

Tabla 12 Lista de Potenciales de biodiversidad

Entorno	Componente	Potenciales de biodiversidad y espacio local	Servicios y bienes					
Biofísico	Sistemas lóticos de la cuenca del río Anchicayá	Subcuenca Digua	Servicio de abastecimiento (uso doméstico, riego o cultivo, energía, medio de transporte), Servicio Cultural (disfrute y recreación, turismo, espiritual y mágico religioso), Servicio de apoyo (Hábitat para especies)					
		Subcuenca media Anchicayá						
		Bosque frío húmedo en montana fluvio-gravitacional						
		Bosque frío pluvial en montana fluvio-gravitacional						
Biofísico	Ecosistemas y coberturas vegetales con poca representación en el Valle del Cauca	Bosque frío húmedo en montana fluvio-gravitacional	Servicios de abastecimiento (dendroenergético, construcción, alimento, medicina) Servicios de apoyo (hábitat especies, conservación diversidad genética), Servicios de regulación (clima local y calidad de aire, secuestro y almacenamiento de carbono, regulación y tratamiento de aguas, moderación de fenómenos extremos, estabilización y fertilidad de suelos, polinización, control biológico de plagas), Servicios culturales (espiritual, contemplación, recreación y turismo, actividad científica)					
		Bosque frío pluvial en montana fluvio-gravitacional						
		Bosque cálido húmedo en montana fluvio-gravitacional						
		Bosque cálido húmedo en montana fluvio-gravitacional						
Entorno	Componente	Potenciales de biodiversidad	Especie	Nombre común	Bien			
Biodiversidad	Apropiación social - Valoración de importancia local	Vegetación	<i>Carandishia quereme</i>	Quereme	Económico, mágico religioso, ornamental			
			<i>Zygia longifolia</i>	Chipero	Construcción, estabilización de suelo			
			<i>Quercus humboldtii</i>	Roble	Construcción			
			<i>Colombobalanus excelsa</i>	Roble negro	Construcción			
			<i>Guarea cartaguenya</i>	Cartagüejo	Construcción			
			<i>Trichilia hirta L.</i>	Cabo de hacha	Construcción			
			<i>Otoba lehmannii</i>	Otobo	Construcción			
			<i>Myrcia popayanensis</i>	Arrayán	Construcción			
			<i>Cespedesia spathulata</i>	Pacó	Ornamentación			
			<i>Meranetta armata colombiana</i>	Pato de Torrentes	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Eubucca bourcierii</i>	Torito Cabecirrojo	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Nyctiphrynus rosenbergi</i>	Guardacaminos del Chocó	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Uropsalis lyra</i>	Guardacaminos Lira	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Habia cristata</i>	Habia Copetona	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Cephalopterus penduliger</i>	Paraguero del pacífico	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Rupicola peruvianus</i>	Galinito-de-roca Andino	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Aulacorhynchus haematopygus</i>	Tucancito Rabirrio	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Aulacorhynchus prasinus</i>	Tucancito Esmeralda	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Pteroglossus torquatus</i>	Aracarí	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Ramphastos ambiguus</i>	Tucán Pechiamarillo, Diostedé	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Ramphastos brevis</i>	Tucán del Pacífico	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Scytalopus choacoensis</i>	Tapaculo del Chocó	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Semnorhis ramphastinus</i>	Compás	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Thamnophilus multistriatus brachyurus</i>	Batará Carcajada	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Thamnophilus unicolor</i>	Batará unicolor	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Anisognathus notabilis</i>	Clarinero del Pacífico	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Anisognathus sumptuosus</i>	Clarinero Primavera	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Bangsia edwardsi</i>	Tangará Cariazul	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Chlorochrysa phoenicatis</i>	Tangara Esmeralda	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Iridoprocne porphyrocephalus</i>	Musguero Gargantilla	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Cantorchilus nigricapillus</i>	Cucarachero Cabecinegro	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Cyphorhinus thoracicus</i>	Cucarachero Flautista	Contemplativo, científico, turismo			
			<i>Alouatta palliata</i>	Aullador negro,	Contemplativo			
			<i>Ateles fusciceps</i>	Mono araña, mono negro	Contemplativo			
			<i>Bradypus variegatus</i>	Oso perezoso o Perico ligero	Contemplativo			
			<i>Panthera onca</i>	Jaguar, tigre mariposo	Contemplativo			
			<i>Puma concolor</i>	Puma	Contemplativo			
			Anfibios	Estado de conservación y endemismo	Vegetación	<i>Tremarctos ornatus</i>	Oso de anteojos	Contemplativo
						<i>Daphnia hispanica</i>	Rana venenosa Arlequín	Contemplativo, científico, turismo
						<i>Oophaga anchicayensis</i>	Rana venenosa de Anchicayá	Contemplativo, científico, turismo
						<i>Daphnia lehmannii</i>	Rana venenosa de Lehmann	Contemplativo, científico, turismo
						<i>Andinobates fulguratus</i>	Rana de cristal de manchas doradas	Contemplativo, científico, turismo
						<i>Andinobates viridis</i>	Rana venenosa de Anchicayá	Contemplativo, científico, turismo
						<i>Maria macrophylla</i>	Juanito	Endémica
						<i>Chamaedorea linearis</i>	Palma Chonta	NT
<i>Coccoloba rubra</i>		VU - Endémica						
<i>Licania quadrata</i>		EN - Endémica						
<i>Licania durifolia</i>	Carbonero	EN						
<i>Licania cf. Glauca</i>	Carbonero	VU - Endémica						
<i>Clethra sp.</i>		EN						
<i>Cordia venulosa</i>		Endémica						
<i>Alouatta cuspidata</i>	Helecho arboreo	CITES II						
<i>Tapura colombiana</i>		VU						
<i>Quercus humboldtii</i>	Roble	VU - Endémica						
<i>Colombobalanus excelsa</i>	Roble negro	VU - Endémica						
<i>Gustavia speciosa subsp. occidentalis</i>	Membrillo	EN						
<i>Magnolia mahoeana</i>	Almanegra	EN						
<i>Huberodendron patinii</i>	Naguaro	VU						
<i>Melastoma leptandra</i>	Vaina / Verja	Endémica						
<i>Otoba lehmannii</i>	Otobo	VU						
<i>Myrcia popayanensis</i>	Arrayán	Endémica						
<i>Piper ramosense</i>		Endémica						
<i>Faramea cuspidata</i>	Piedrita	Endémica						
<i>Psychotria diguana</i>	Liva	Endémica						
<i>Yochyria dugueti</i>	Guaimaco	Endémica						
<i>Habia cristata</i>	Habia Copetona	Endémica						
<i>Odontophorus hyperythrus</i>		Endémica						
<i>Ortalis columbiana</i>	Guacharaca Colombiana	Endémica						
<i>Pipimus grandisensis</i>	Carpinterito Puntado	Endémica						
<i>Cercomacroides parkeri</i>	Hormiguero de Parker	Endémica						
<i>Thamnophilus multistriatus brachyurus</i>	Batará Carcajada	Endémica						
<i>Cephalopterus penduliger</i>	Paraguero del pacífico	EN						
<i>Neomorphus radiolatus</i>	Cuco terrestre	EN						
<i>Penelope cincta</i>	Pava del Baudo	VU						
<i>Selophaga sericea</i>	Reinita Cerúlea	VU						
<i>Bangsia flavovirens</i>	Frutero verde-amarrillo	VU						
<i>Opythamnus occidentalis</i>	Hormiguero Occidental	VU						
<i>Pyrrhia pygmaea</i>	Lorita Casamarillo	NT						
<i>Semnorhis ramphastinus</i>	Compás	NT						
<i>Contopus cooperi</i>	Bibi Borcal	NT						
Bufonidae	<i>Rhombophryne</i>	NT						
Craugastoridae	<i>Pristimantis colomai</i>	VU						
Pristimantis colomai		VU						



Figura 14 Algunos potenciales de la biodiversidad



Licencia Creative Commons. Flor Quereme: Equipo Samanea ONG; *Oophaga lehmanni*: Juan Arango, Flickr; *Anolis anchicayae*: Julián Velazco, bioweb.bio

#### 2.1.4 Propuesta de sistema de gestión ambiental local para el turismo con enfoque hacia la sostenibilidad.

Basado en la definición de destino turístico bajo la norma técnica sectorial NTS – TS 001-1:201, se elaboró una propuesta de Sistema de Gestión Ambiental Local para el turismo basándose en tres aspectos fundamentales: 1) La identificación de los impactos del ecoturismo 2) La línea base ambiental 3) La norma técnica sectorial del turismo sostenible para destinos NTS-TS001 de Colombia.

Un destino turístico se define como “Una unidad territorial con vocación turística delimitada espacialmente que cuenta con capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de gestión, enfocados a lograr su sostenibilidad. Se caracteriza por la presencia de algunos de los siguientes componentes: atractivos, servicios o facilidades, infraestructura básica, actores públicos, privados o demanda turística, como conjunto de bienes y servicios ofrecidos al visitante o turista con valor agregado, en la zona y por diversos grupos humanos, entre los cuales se encuentra la población residente” (MINCIT,2014).

Se propone un Sistema de Gestión basado en la Norma Técnica Sectorial NTS-001 de Destino Sostenible en la cual se detallan los programas y proyectos resultado de este Programa de Turismo de Naturaleza como estrategias para consolidar la sostenibilidad en el territorio de Anchicayá. El documento guía para la implementación de la norma se encuentra en el **Anexo 7**.

En este documento se detalla el porcentaje de avance en el cumplimiento de los requisitos que exige la norma, establece la política de sostenibilidad creada participativamente durante el desarrollo de la

fase de Propuesta de Sistema de Gestión Ambiental Local para el Turismo con Enfoque hacia la Sostenibilidad, detalla la planificación estratégica, establece el marco legal del turismo que aplica al Sistema de Gestión Turística del Destino y esquematiza una hoja de ruta como herramienta para la consolidación de un sistema de gestión turística para la comunidad **(Ver Anexo 7)**.

## 2.2 Análisis del Componente Empresarial y Socioeconómico de la Zona

### 2.2.1 Caracterización socioeconómica

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural, en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, de la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (Mamani, 2016).

Para determinar la estructura económica de la cuenca del río Anchicayá, se realizó un proceso de análisis que incluyó lectura de literatura que incluye aspectos socioeconómicos del territorio, entrevistas con líderes comunitarios de la cuenca, conversaciones con habitantes del territorio, al igual que recorridos y caminatas por diferentes sectores. Esto ha permitido establecer que la economía y la empleabilidad de la cuenca del río Anchicayá está basada principalmente en actividades relacionadas con el turismo, construcción, comercio, agricultura, el transporte y la siembra de cultivos ilícitos. También se encuentran en muy baja escala, la ganadería para aprovechamiento de carne y leche, la piscicultura, entre otros. (Programa de turismo de naturaleza 2022)

#### *Principales actividades económicas y empleabilidad*

##### Turismo

Es una actividad fundamental para la activación económica del territorio, puesto que gran parte de la cadena productiva del turismo se ve involucrada en ello. Los hoteles, hostales, fincas de descanso y/o recreo, viviendas rurales-familiares, zonas de camping, además de las personas locales que son contratadas para limpieza y embellecimiento de estas. También están los intérpretes del territorio contratados como guías locales, restaurantes, cafeterías y establecimientos asociados a la gastronomía que se encuentran al pie de ríos, charcos y cascadas. Fincas temáticas para el avistamiento de aves, lugares para prácticas de salud holística y bienestar, tiendas, espacios improvisados para parqueaderos, venta de bebidas artesanales, entre otros.

Esta dinámica que se acrecienta los fines de semana en el territorio logra activar otros sectores como estaciones de gasolina, el mercado rural del domingo, venta de souvenirs o artesanías, compra en supermercados, transferencias de dinero, etc.



Figura 15 Cascada la Elsa o Los Caleños y vía Simón Bolívar



### Transporte

El Transporte formal e informal activan gran parte de la economía de la cuenca del Río Anchicayá de manera directa e indirecta, puesto que desplazarse por motivos laborales, de estudio, movilizar enseres, insumos y todo tipo de elementos comerciales, entre otros, es una necesidad diaria de muchos habitantes del territorio. Adicionalmente, el turismo es otra línea que representa buena parte de los ingresos al territorio sobre todo los fines de semana y feriados, teniendo como escenarios principales la carretera Simón Bolívar que conecta toda la cuenca y el corregimiento El Queremal con sus vías secundarias y terciarias; empresas como Transur, la asociación de Motocarros del Queremal, Gualas, Camionetas de estacas, motorratones, son las opciones utilizadas por las personas para desplazarse a lo largo y ancho de la cuenca.

También es importante mencionar el caballo como un medio de transporte importante en el territorio, tanto para trasladar mercancía (productos agrícolas, leña) en zonas agrestes, como para movilizar turistas en puntos físicamente exigentes, personas enfermas, entre otros. (Programa de turismo de naturaleza 2022)

Figura 16 Medios de Transporte en la Cuenca







Programa de turismo de naturaleza 2022

Comercial

En el corregimiento de El Queremal, se pueden encontrar tiendas de venta de granos y abarrotes, artículos de aseo, droguerías, panaderías, supermercados, ferreterías, misceláneas, estaderos o discotecas, juego de sapo y billares, tiendas de artesanías, tiendas de ropa, venta de concentrado para animales, ventas de artículos para el hogar, supermercados, rapi tiendas, restaurantes, entre otros. (Programa de turismo de naturaleza 2022)

Figura 17 Establecimientos Comerciales del Queremal.



Programa de turismo de naturaleza 2022

La cuenca del Río Anchicayá suele ser muy atractiva gracias a las condiciones que presenta el territorio en cuanto a paisaje, recursos hídricos, tranquilidad, amabilidad de las personas, costo de vida bajo; servicios públicos, alimentación, enseres, entre otros. Esto ha hecho que muchas personas pongan sus intereses en el sector, incrementado la demanda de construcción viviendas o propiedades para prestar servicios comerciales, venta de productos, almacenamiento de mercancía, alquiler de servicios de alojamiento, entre otros. Permitiendo así la activación económica local tanto por la demanda de materiales e insumos, como la de contratación de mano de obra local. (Programa de turismo de naturaleza 2022)

Es importante mencionar que algunas construcciones no reguladas son llevadas a cabo en la zona de alto riesgo no mitigable y al interior de las áreas protegidas sin autorización alguna por parte de las entidades territoriales, un fenómeno que se puede apreciar a lo largo de la vía Simón Bolívar especialmente en el área denominada faja de retiro de 45 metros desde el centro de la vía a cada lado, en la cual solo se permite el desarrollo de obras que permitan facilitar el transporte y tránsito de los vehículos (Ministerio de Vivienda, 2008).

*Figura 18 Empresas Comercializadora de materiales para construcción*



Programa de turismo de naturaleza 2022

## Agrícola

De acuerdo con los relatos de los habitantes del territorio, la producción agrícola del territorio ha venido en disminución en los últimos años de manera muy notoria. Expresan que la mayoría de los productos se traen de la ciudad de Cali, debido a que las personas del territorio no se sienten motivadas para cultivar y tampoco encuentran un respaldo desde la institucionalidad para realizarlo. Sin embargo, en el territorio aún se pueden observar cultivos de árboles frutales como limón, mandarina, arazá, banano, yuca, aguacate, chontaduro, borjón, plátano, entre otros, que son comercializados principalmente en el corregimiento el Queremal, a través de iniciativas locales como Asomerque. La cual logra articular la oferta existente en el territorio complementada con productos traídos desde la ciudad de Cali, generando de esta manera una economía circular en la cuenca. (Programa de turismo de naturaleza 2022)



Figura 19 Cultivo de Aguacate y Cultivo de Plátano



Programa de turismo de naturaleza 2022

### Cultivos Ilícitos

Los hechos históricos en la cuenca reflejan la incursión de grupos al margen de la ley (paramilitarismo y guerrilla) en los diferentes corregimientos de la zona entre los años 2000 y 2004. Esta situación acentuó en el territorio procesos de recolección y transformación de hoja de coca, la cual se ha convertido con el pasar de los años, en una de las alternativas económicas principales de muchos habitantes hasta la fecha.

De acuerdo con los testimonios de los líderes territoriales, a través del Programa Nacional de Sustitución de Cultivos de uso Ilícito (PENIS), la Agencia para la Reincorporación y Normalización (ARN), las Organizaciones Unidas (ONU) y Parques Nacionales de Colombia, han adelantado programas de sustitución de cultivos voluntario en el territorio, situación que han permitido que algunas personas se beneficien de los recursos económicos entregados por estas instituciones; varios de ellos apostándole a la creación de empresas y/o experiencias turísticas de base comunitaria. Sin embargo, es importante mencionar que en el territorio coexisten aún los cultivos ilícitos con otras prácticas territoriales que dejan una sensación de incertidumbre en los habitantes. (Programa de turismo de naturaleza 2022)

### Otras actividades

Otros sectores o actividades que aportan a la economía y la empleabilidad de la cuenca del río Anchicayá son la ganadería para aprovechamiento mediante la comercialización de carne, leche y producción de quesos. La crianza y comercialización de animales de corral también tienen participación activa, al hacer parte de la dieta regular de las personas de la zona: gallinas, cerdos, y patos. Aquí también se suman la extracción y venta de madera y la piscicultura en muy baja escala, siendo el corregimiento el Queremal el principal escenario para la comercialización de estos productos.

Cabe resaltar que la cuenca no cuenta con un espacio de sacrificio de animales (matadero) formal donde se realicen estas prácticas con toda la normatividad vigente en Colombia. Este proceso se realiza de manera artesanal en las fincas o patios de las casas, para luego ser distribuidos en la zona



y en espacios como el mercado agrícola del día domingo, el cual tiene como escenario el parque principal del Queremal (Programa de turismo de naturaleza, 2022).

En cuanto a la minería artesanal o barequeo, se presenta en una escala muy baja, pero se puede contar como una fuente de ingresos puesto que, un gramo de oro se comercializa en unos \$160.000 en el mercado. De acuerdo con los habitantes del territorio que acuden a la práctica, dedicar dos o tres días a esta tarea puede representar ingresos que solventan económicamente varias semanas, incluso meses las necesidades en sus hogares. (Programa de turismo de naturaleza, 2022).

Figura 20 Otras Actividades que Generan Empleo y Dinamizan la Economía de la Cuenca



Programa de turismo de naturaleza 2022

### Nivel de ingresos

De acuerdo con lo expresado por los habitantes del territorio, los ingresos económicos son variables de acuerdo con la actividad y la temporada en la que se realicen. Por un lado, la comunidad expresa que un día laboral o un jornal puede representar ingresos entre \$30.000 y \$35.000 por el servicio prestado. Esto representaría un promedio de \$800.000 pesos mensuales para quienes realizan estas tareas. Las personas vinculadas al turismo: ingreso a charcos ríos y cascadas, guías y/o intérpretes, expresan que el valor aproximado de ingreso mensuales puede alcanzar los \$500.000 en temporada altas. Alojamientos, fincas temáticas, rapi tiendas, estaderos, establecimientos gastronómicos, tour operadores, reportaron ingresos brutos entre \$1.000.000 y \$30.000.000 millones. Sectores como el de la construcción reportan un ingreso más alto del salario mínimo mensual, alrededor de \$1.600.000. (Programa de turismo de naturaleza, 2022).

La institucionalidad en la cuenca está conformada principalmente por la Alcaldía Municipal y las autoridades ambientales: Unidad Administrativa del Sistema de Parques Nacionales-PNN Farallones de Cali, DAR Pacífico Este y la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC). De acuerdo con lo expresado por los habitantes del territorio, hay una deficiente presencia de la Alcaldía en la cuenca. Por ejemplo, la comunidad manifiesta no tener apoyo en temas relacionados con el ordenamiento turístico del territorio, entre ellos, temas asociados al estado de la carretera Simón Bolívar, acompañamiento a prestadores de servicios, articulación con las autoridades ambientales, entre otros. Con respecto a Parques Nacionales expresan que existen varias normas restrictivas hacia la comunidad, pero a su vez, en enlace territorial es un miembro activo de todas las actividades grupales en la cuenca y existe una relación afable con los líderes comunitarios.

En tanto, la intervención de la CVC en el territorio logra evidenciarse a través de la inversión realizada para la elaboración de señalética informativa de los principales atractivos turísticos de naturaleza del territorio, así como en vallas que promueven la conservación de la biodiversidad: Ríos, charcos, cascadas, senderos, fauna y flora. Igualmente, es de resaltar que el Programa de Turismo de Naturaleza que actualmente se ejecuta en la cuenca, desde el cual entregarán lineamientos para el aprovechamiento del turismo como una estrategia de conservación del territorio, se está realizando con recursos aportados por esta autoridad ambiental. (Programa de turismo de naturaleza, 2022).

Figura 21 Instituciones Presentes en el Territorio



Por otro lado, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) es otro actor institucional que ha sumado al Programa de Turismo de Naturaleza, formando a más de 30 personas a través de un curso que suministró herramientas clave para realizar actividades de turismo de naturaleza de manera segura y sostenible, alineadas el objetivo de conservación de la cuenca. En el territorio también tiene presencia empresas como Epsa-Celsia, que, de acuerdo a la lectura de literatura realizada y lo conservado con la comunidad, ha realizado a través del tiempo acciones significativas para el desarrollo del territorio como generación, transmisión y comercialización de energía, aporte en formación y capacitación principalmente en manejo de los residuos sólidos, emprendimiento y capacitación para prestadores de servicio, apoyo con maquinaria y combustible en momentos que la comunidad lo solicite, entre otros.

Otros actores que hacen presencia son el cuerpo de Bomberos voluntarios del Queremal para actividades de prevención y atención de situaciones de riesgo. La Policía y el Ejército Nacional, instituciones encargadas de velar por la seguridad de todos los habitantes del territorio, las cuales cuentan con una estación en la cabecera del corregimiento del Queremal y un batallón de alta montaña respectivamente (programa de turismo de naturaleza 2022)



### Servicios Públicos

#### Acueducto y alcantarillado

El Queremal cuenta con la Asociación de Usuarios de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado llamada ASUAQ, la cual se dedica a la captación, tratamiento, distribución de agua potable y saneamiento básico en el centro poblado. Este corregimiento cuenta también con alcantarillado, pero sin una planta de tratamiento de aguas residuales, esto genera que los residuos domiciliarios se depositen directamente en ríos o quebradas aledañas al corregimiento.

En los demás corregimientos de la cuenca no se cuenta con el servicio de acueducto, por lo tanto, el agua que se consume en el territorio no es apta para el consumo humano al no contar con ninguna clase de tratamiento, ya que es obtenida de los diferentes afluentes hídricos del territorio a través de conductos artesanales. Tampoco disponen de alcantarillado, en algunos casos existen pozos sépticos, pero en su mayoría las aguas servidas se convierten en escorrentías que posteriormente contaminan los ríos o quebradas.

Figura 23 Sede Administrativa del ASUAQ en el Queremal



Programa de turismo de naturaleza 2022



## Aseo y alumbrado público

El servicio de recolección de basuras es prestado por la Administración Municipal de Dagua y el de alumbrado público prestado por Epsa -Celsia, solo tienen cobertura permanente en el corregimiento el Queremal. El corregimiento la Cascada y El Cauchal, solo cuentan con el servicio de alumbrado público, mientras que corregimientos como la Elsa y el Danubio carecen de los servicios anteriormente mencionados. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

## Energía Eléctrica

Tanto El Queremal como los demás corregimientos disponen de servicio de energía eléctrica de buena calidad prestada por empresa Epsa - Celsia, sin embargo, los habitantes del territorio de los corregimientos La Elsa, La Cascada y El Danubio informan que no realizan el pago de la factura de cobro mensual, argumentando que lo toman como una retribución al beneficio obtenido por esta Epsa - Celsia, del recurso hídrico existente en el territorio. (Programa de turismo de naturaleza 2022)

## Gas natural domiciliario

En el corregimiento de El Queremal, el servicio de gas domiciliario en los hogares, fincas de descanso y/o recreo, establecimientos comerciales entre otros, es prestado por la empresa Gases de Occidente. En los demás corregimientos de la cuenca no se cuenta con este servicio, la comunidad cocina con pipa de gas, leña y energía eléctrica.



## Salud

En el territorio existen cuatro puestos de salud de los cuales sólo uno presta sus servicios, el del corregimiento el Queremal. Los demás no cuentan con los implementos, insumos y personal necesario para que se pueda brindar un servicio básico. Existe también un consultorio médico y odontológico ubicado en corregimiento el Danubio, que funciona gracias al apoyo administrativo de Epsa -Celsia. (EPSA - Eprodesa 2016).

Los servicios de salud en el territorio son deficientes, se limitan a la realización de brigadas médicas que incluyen programas de prevención y promoción, lideradas por el Hospital José Rufino Vivas de Dagua. De este modo, la mayor parte de población depende de la medicina casera que ancestralmente se ha practicado en esta área de la Cuenca, la cual se convierte en la única opción en la mayoría de las situaciones a causa de la distancia que hay entre los lugares de origen y el casco urbano de Dagua.

La otra alternativa depende de los servicios que ofrece el consultorio médico y odontológico ubicado en El Danubio, que funciona gracias al apoyo administrativo de Epsa -Celsia. Por otro lado, la cuenca cuenta con dos cementerios, uno ubicado en el corregimiento el Queremal, y otro en el corregimiento La Cascada, Vereda el Placer (EPSA - Eprodesa 2016).

Tipo de servicio	Ubicación
Puesto de salud	El Queremal, La Elsa, El Engaño, La Cascada y Consultorio en El Danubio
Comentario	Queremal – La Cascada

Figura 24 Puesto de Salud, corregimiento Queremal - Cementerio, Corregimiento la Cascada



Fuente: Programa de turismo de naturaleza 2022

## Educación

La comunidad que habita en el territorio cuenta con dos instituciones educativas que prestan el servicio de manera constantes desde preescolar hasta el grado 11°, la de El Queremal y la Pedro Fermín de Vargas que tiene las siguientes sedes: la Rafael Pombo ubicada en el Digua, la José Antonio José Galán ubicada en la Cascada, la Enrique Olaya – la Elsa, Gabriela Mistral ubicada en el Engaño (cerrada en el momento de realizar el proyecto), Alfonso López Pumarejo ubicada en el Placer, Policarpa Salavarrieta ubicada en el cauchal y la Pedro Fermín de Vargas ubicada en el Danubio. Las sedes del Queremal pertenecen a la institución educativa del Gimnasio del Dagua, entre estas la I.E Almirante Padilla del Corregimiento de San José del Salado, I.E Marco Fidel Suarez en la vereda Las Camelias. En el Queremal: I.E Gimnasio del Dagua Sede Queremal, I.E José María Córdoba, I.E Mercedes Abrego, I.E Pio XII en la Vereda el Chilcal, I.E Rafael Pombo en la Vereda Machado y la I.E Roberto Urdaneta Arbeláez en la Vereda El Sendo. De acuerdo con entrevistas realizadas a líderes comunitarios de la zona, el nivel educativo es bueno, ya que informan que estas sedes han logrado sobresalir de las otras que quedan en Dagua (Programa de turismo de naturaleza, 2022).

Figura 25 Instituciones Educativas de la cuenca





Programa de turismo de naturaleza 2022

### Infraestructura vial y transporte

El corregimiento de El Queremal cuenta en su casco urbano con la mayor parte de sus vías pavimentadas, hacia el sector rural, en las diferentes veredas, el acceso se realiza a través de carreteras destapadas en ocasiones generando riesgo para quienes las transitan, sobre todo en temporada de invierno. En cuanto a la carretera Simón Bolívar, la cual fuera la vía principal de comunicación entre Cali y el puerto de Buenaventura hasta 1970, es la que permite conectar a todos los corregimientos de la Cuenca. Por esta vía transita la única ruta de bus que conecta a sus habitantes con otros municipios y centros poblados cercanos, sin embargo, debido a sus deficientes condiciones de mantenimiento, el transporte se presta de manera interrumpida, generando dificultades para entrar y salir de la zona. Esto debido a que mayor parte del trayecto está sin pavimentar.

En general, tanto los habitantes de la cuenca como los visitantes utilizan carros particulares, motocicletas y bicicletas para recorrer el territorio. El caballo es utilizado en caminos de herradura para transportar personas y mercancía. También se cuenta el sistema de transporte que comunica y facilita el acceso al territorio por medio de, motocarros, camionetas de estacas y gualas (Programa de turismo de naturaleza, 2022).

A Continuación, se presentan diferentes cuadros con información referente al transporte en la Cuenca:

*Tabla 13 Información referente al transporte en la cuenca del Anchicayá*

Empresa	Lugar de abordaje	Destino	Tiempo trayecto	Frecuencia	Horario de salida	Costo x pax
Transur	Parque principal Queremal	Danubio	3.5 horas	Una vez por día	1:30 pm Queremal 6:00 am Danubio	\$12.000

Empresa	Lugar de abordaje	Destinos	Horario	Costo x pax
Moto Carros Asociados el Queremal	Parque principal Queremal	Villa Vanesa	7:00 am 8:00 pm	\$7.000
		Kilómetro 55		\$8.000
		Finca el mirador		\$10.000
		Kilómetro 57		\$12.000
		Kilómetro 58		\$14.000
		Chorrera los caleños		\$20.000
		La Elsa		\$20.000



Empresa	Lugar de abordaje	Destinos	Horario	Costo x pax
		La Torre		\$25.000
		El engaño		\$28.000
		La Amapola		\$30.000
		El Placer		\$50.000
		La Cascada		\$60.000
		El Cauchal		\$70.000
		El Danubio		\$80.000

Nota: el servicio se presta hacia otros sectores del territorio, lo que disminuiría o aumentaría el valor a pagar.

Tipo de servicio	Lugar de abordaje	Destino	Horario	Costo x grupo
Camioneta de estacas (Cupo 12 pax)	Queremal	Kilómetro 55	6:00 am	\$40.000
		El Placer		\$150.000
		Danubio	6:00 pm	\$300.000

Nota: el servicio se presta hacia otros sectores del territorio, lo que disminuiría o aumentaría el valor a pagar.

Tipo de servicio	Lugar de abordaje	Destino	Horario	Costo x pax
Caballos	Kilómetro 57	Cascada manto de la virgen	2 horas	\$80.000

Programa de turismo de naturaleza 2022.

### Servicios Financieros

Tanto en El Queremal como en los otros corregimientos no existen establecimientos bancarios donde se puedan realizar trámites directos con las diferentes entidades que prestan estos servicios. Sin embargo, El Queremal cuenta con corresponsales bancarios del Banco de Bogotá, Bancolombia, Banco Caja Social, Itaú y Efecty, que permiten realizar el pago de diversos servicios, recibir y enviar dinero a todo el territorio nacional.

Figura 26 Corresponsales Bancarios



Programa de turismo de naturaleza 2022

## Conectividad (Telefonía – Televisión – Internet)

El corregimiento del Queremal cuenta con diferentes opciones para los servicios de televisión por cable e internet, empresas como Telecomunicaciones, Emscali o Claro Une, cuentan con red de fibra óptica para distribuir el servicio. Adicionalmente, empresas como Directv cuenta con servicio de antena repetidora para distribuir señal. Con respecto a la telefonía móvil, los habitantes del sector expresan que la de mayor y mejor servicio en la empresa Movistar, las otras como Claro, Wow y Etb, tienen pésima cobertura en el territorio.

En los demás corregimientos de la cuenca el servicio de internet y telefonía móvil no es el mejor, sin embargo, los habitantes del territorio tienen antenas repetidoras de empresas como Claro, Directv y HughesNet, que les permite tener conexión la mayor parte del tiempo.

Figura 27 Servicios de televisión por cable e internet

### Corregimiento Danubio



Corregimiento Queremal



Corregimiento la Elsa



Programa de turismo de naturaleza 2022

## Conectividad para la comunidad

De acuerdo con la información suministrada por los líderes del territorio, las casetas comunales del Cauchal, Danubio, el Placer y el Engaño, que prestaban el servicio de navegación en internet gracias al programa ejecutado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, se

vieron afectadas por el daño en la fibra óptica realizado por grupos armados con presencia en el territorio. Solo la caseta de la Elsa cuenta con el servicio en la actualidad.

### Organización e identificación de organizaciones sociales

En la Cuenca del Río Anchicayá se han conformado organizaciones de diferentes alcances participativos, en los cuales se ven representados las comunidades que habitan el territorio tales como campesinos, negros e indígenas.

Tabla 14 Organización e identificación de organizaciones sociales

Tipo de organización	Nombre	Resolución de inscripción en la Alcaldía de Dagua	Roles en la comunidad
<b>Consejos Comunitarios</b>	Consejo Comunitario El Queremal	1024 de diciembre 20 de 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulación de su plan de Etnodesarrollo.</li> <li>• Velar por la preservación de la identidad cultural.</li> <li>• Proteger sus recursos naturales</li> <li>• Diseñar y ejecutar planes y proyectos de desarrollo socioeconómico y sociocultural.</li> <li>• Incrementar modelos productivos acordes a la dinámica de sus territorios.</li> <li>• Buscar alternativas para sanear sus territorios de cultivos de uso ilícito.</li> </ul>
	Consejo Comunitario corregimiento la Elsa Vereda Digüita y El Engaño	1026 de diciembre 20 de 2013 165-13 de abril de 2015	
	Consejo Comunitario de la Vereda El Cauchal	014 de enero 21 de 2014	
	Consejo Comunitario Alto Anchicayá	1022 de diciembre 20 de 2013	
<b>Juntas de Acción Comunal</b>	Junta de Acción Comunal El Danubio	1450 de octubre 30 de 2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar esfuerzos y recursos para la solución de las necesidades identificadas en la comunidad.</li> <li>• Promueven la participación de los habitantes de su territorio en asuntos de interés común</li> <li>• Planifican proyectos de inversión para presentar al Municipio al que pertenecen</li> <li>• Realizan procesos de control social y representan la comunidad ante otros actores</li> </ul>
	Junta de Acción Comunal de la Vereda El Cauchal del Corregimiento la Cascada	Resolución sin número	
	Junta de Acción Comunal de la Vereda El Placer del Corregimiento La Cascada	895 del 24 de Julio del 2012	
	Junta de Acción Comunal de la Vereda El Digüita Corregimiento La Elsa	Resolución sin número	
	Junta de Acción Comunal del Corregimiento la Cascada	1513 del 19 de noviembre del 2012	
	Junta de Acción Comunal del Corregimiento la Elsa	Personería Jurídica 000427 de febrero 18 de 1987	
	Junta de Acción Comunal del Corregimiento El Queremal	Personería Jurídica 3704 del 30 de agosto de 1967 – Gobernación del Valle	
<b>Mercado Campesino</b>	ASOMERQUE	2011 cámara de comercio de Dagua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar el mercado del centro poblado del Queremal</li> <li>• Agrupar productores locales y de la ciudad de Cali, para la distribución de alimento en el parque principal del Queremal</li> </ul>
<b>ONG</b>	Wildlife Conservation Society (wcs)	Articulado al territorio desde el año 2017 -2018 aproximadamente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acuerdo con la CVC para monitoreo de Anfibios, en especial la Rana Oophaga Lehmanni.</li> <li>• Acuerdo con Parques Nacionales para monitoreo del área</li> <li>• Promover y llegar a acuerdos con comunidades locales para la implementación y desarrollo de iniciativas de turismo de naturaleza en la cuenca Anchicayá.</li> </ul>



Tipo de organización	Nombre	Resolución de inscripción en la Alcaldía de Dagua	Roles en la comunidad
ONG	WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza)	Articulado al territorio desde el año 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acuerdo con Parques Nacionales para atender situaciones que permitan contener la minería ilegal en el territorio.</li> <li>• Promover y llegar a acuerdos con comunidades locales para la implementación y desarrollo de iniciativas de turismo de naturaleza en la cuenca Anchicayá.</li> </ul>
Asociación Agroturística	Quereme Paz	Articulado al territorio desde el año 2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo, organización y participación de las actividades de turismo de naturaleza en la zona.</li> <li>• Oferta de servicios y productos gastronómicos, alojamiento e interpretación -guianza turística.</li> <li>• Articulación con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA para formación en turismo de naturaleza.</li> </ul>
Cortucán	Cooperativa Agro ecoturística de la Cuenca de Anchicayá	Articulados al territorio desde el año 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articulación de servicios turísticos: interpretación ambiental, alimentación, alojamiento, entre otros.,</li> <li>• Apoyo a la comunidad local con aportes económicos provenientes de la actividad turística, destinados a mejoramiento de necesidades primarias del territorio.</li> </ul>
Fundación	EPSA - CELSIA	Articulado al territorio desde el año 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación, transmisión y comercialización de energía eficiente de fuentes renovables (agua, sol y viento).</li> <li>• Acciones sociales que benefician comunidades ligadas al Turismo de Naturaleza en la Cuenca del Anchicayá</li> <li>• Aporte en formación y capacitación principalmente en manejo de los residuos sólidos, emprendimiento y capacitación para prestadores de servicio</li> <li>• Apoyo con maquinaria y combustible en momentos que la comunidad lo solicite Apoyo y acompañamiento a comunidades para temas nutricionales de niños.</li> </ul>
Ecotayra	Colectivo operador de servicios turísticos	Tiene operatividad en el territorio desde el año 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención a visitantes mediante su figura de prestadores de servicios turísticos en el corregimiento del Queremal.</li> <li>• Participación en actividades comunitarias que promueven el desarrollo social y productivo de su zona de influencia.</li> </ul>
Cabildos Indígenas	Kwe's kiwe en el Cauchal y Dachidrua en el corregimiento El Danubio	*La información sobre el rol de la comunidad indígena no se describe, ya que no se tuvo participantes de ninguno de los Cabildos mencionados en los encuentros de construcción del PET.	
<b>Otras de carácter social o cívico</b>			
<b>Asociación del Servicio de Agua potable y alcantarillado del Queremal - ASUAQ</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Administración del acueducto comunitario</li> <li>● Cuidado del recurso hídrico para asegurar el abastecimiento de la comunidad</li> </ul>	
<b>Cuerpo de Bomberos Voluntarios – El Queremal</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitación</li> <li>● Apoyar en la prevención y atención de desastres</li> </ul>	

Fuente: Plan estratégico Anchicayá 2017, p 20 y Programa de Turismo de Naturaleza 2022.

## 2.2.2 Caracterización empresarial

La caracterización empresarial en la cuenca del Río Anchicayá se realizó mediante los talleres comunitarios organizados en los corregimientos del Queremal y la Cascada, las salidas de campo visitando los establecimientos de servicios, llamadas telefónicas y mediante encuestas vía online. Para este objetivo fueron utilizados dos formatos, el primero es el de *Caracterización de Prestadores de Servicios Turísticos Asociados al Ecoturismo*. Con esta herramienta fue recogida la información de los establecimientos como hoteles, restaurantes, fincas, viviendas rurales, posadas, cooperativas, asociaciones, y operadores turísticos. El segundo formato fue denominado *Caracterización Empresarial*, con el que se recolectó información de tiendas, minimarkets, autoservicios, supermercados, misceláneas, paradores y estaderos. **Ver anexo 13.3** caracterización empresarial y Caracterización de Prestadores de Servicios Turísticos Asociados al Ecoturismo.

Tabla 15 Número de prestadores y servicios caracterizados y sus categorías

Alojamiento (La mayor parte suministra alimentación)	17
Alimentación (Algunos suministran alojamiento)	9
Operadores turísticos	8
Balnearios (Suministra alojamiento y alimentación)	1
Puntos de información	3
Espacios para avistamiento de aves (Suministran alimentación y alojamiento)	3
Tiendas y similares (Algunos suministran alimentación y alojamiento)	15
Pesca deportiva (Suministra alimentación)	1
Cooperativas, asociaciones y colectivos	3
Centros de Sanación, terapias holísticas y bienestar	2
Reserva Natural	1

### Nivel de desarrollo empresarial

Los prestadores de servicios del destino Anchicayá tienen un nivel de desarrollo empresarial bajo, no cuentan herramientas suficientes para realizar acciones que les permitan crecer y mantenerse como unidades de negocios estructuradas. Si bien los operadores y establecimientos (oferta) que tienen actividad en el territorio han logrado desarrollarse de manera empírica o con algún nivel de formación en temas empresariales, todavía tienen falencias en actividades de costeo, establecer precios de venta y definir el margen de ganancia, crear manual de funciones, procesos y procedimientos, identificar canales de distribución del producto y/o servicios, gestión del talento humano, creación de alianzas estratégicas, entre otros aspectos, lo que les impide tener una mayor productividad y rentabilidad en sus negocios. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022).

El nivel de formalidad de los prestadores de servicios turísticos es bajo, la mayor parte de la oferta del destino Anchicayá no cuenta con el Registro Nacional de Turismo (RNT), requisito indispensable para la operación turística en Colombia y que tiene asociados otros requisitos como el Registro Mercantil (Cámara y Comercio) y el pago de Parafiscales a Fondo Nacional de Turismo (FONTUR). Cabe destacar que un buen número de personas habitantes del territorio quienes participan de la actividad turística como intérpretes ambientales o guías locales, adelantaron un proceso de formación con Parques Nacionales para obtener el Registro de Prestadores de Servicios Asociados al Ecoturismo (REPSE), el cual los avalará como intérpretes locales en el Parques Nacional Natural Farallones. (Programa de Turismo de Naturaleza 2022)

### *Infraestructura para el turismo*

La infraestructura asociada al turismo del destino Anchicayá no es buena. La vía principal que conecta los corregimientos de San José del Salado, Queremal, la Elsa, la Cascada y el Danubio, está sin pavimentar en la mayor parte del tramo y presenta deslizamientos o derrumbes en diferentes épocas del año. Tanto el carro recolector de basura como el servicio de agua potable solo cubre dos (2) de los cinco (5) corregimientos anteriormente mencionados. La cuenca completa no cuenta con servicio de alcantarillado, lo cual genera un impacto ambiental grande por las aguas servidas que van directo a los afluentes de agua.

En cuanto a la conectividad, la cobertura de señal telefónica presenta deficiencias en la mayor parte de la cuenca. De acuerdo con las conversaciones sostenidas con los habitantes del territorio, la empresa Movistar es la que mejor cobertura tiene en el territorio. En temas de internet, existen varias opciones con las siguientes empresas: Claro, DirecTv y HughesNet, que permiten que los habitantes naveguen en web la mayor parte del tiempo. (Programa de Turismo de Naturaleza 2022)

### *Cultura corporativa*

La cultura corporativa en la Cuenca del Río Anchicayá se debe medir como un todo, es decir, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad en general, deben identificarse y reconocerse como un destino integrado donde todos conozcan lo que existe en el territorio y sean capaces de instruir, orientar, recomendar, acompañar, etc., al turista, sobre las distintas actividades, productos y servicios que pueden realizar y adquirir durante su estadía en el territorio. Si bien se dieron pasos importantes durante la formulación del Programa de Turismo de Naturales para lograr el objetivo de articular la oferta de toda la cuenca, es necesario una mayor sinergia, direccionamiento y liderazgo por parte del comité de turismo local, la Alcaldía Municipal y las autoridades ambientales. (Programa de Turismo de Naturaleza 2022)

### *Gestión de calidad, competitividad y direccionamiento estratégico*

La calidad de la oferta turística en la cuenca del río Anchicayá es baja debido a que la mayor parte de los prestadores de servicios turísticos no cuenta con la implementación de normativa asociada a la sostenibilidad de los recursos ecosistémicos, tal como lo indican los lineamientos y/o estándares en Colombia. Lo anteriormente planteado se asocia directamente con la competitividad del territorio, puesto que, si no hay estándares mínimos de calidad que garanticen una buena experiencia en el visitante, el destino y su oferta no contarán con el posicionamiento adecuado en el mercado. (Programa de Turismo de Naturaleza 2022)



## 2.3 Análisis del Componente Cultural y Patrimonial

### 2.3.1 Caracterización cultural y patrimonial

De acuerdo con las referencias mundiales, el turismo cultural se evidencia como una oportunidad para vincular diferentes iniciativas y actores en torno a un sinnúmero de tendencias y enfoques que incluyen atractivos y productos culturales como motivadores de viaje. Es por tal razón que el turismo cultural vincula “elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, que engloba 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 formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones”. (MINCIT, 2011)

Localmente, la cuenca del río Anchicayá cuenta con elementos importantes representados en su historia, gastronomía, fiestas, creencias religiosas, bienes de interés cultural material, bebidas artesanales, entre otros, los cuales pueden consolidarse a través de narrativas debidamente documentadas, como productos turísticos locales. Permitiendo de esta manera, activar la cadena de valor del turismo en el territorio.

#### *Historia del territorio*

Desde la época pre-colonial, la cuenca del río Anchicayá ha sido el camino más utilizado para comunicar la zona del pacífico con el valle del río Cauca. De hecho, existía una ruta usada por los indios que habitaban lo que hoy se conoce como Valle del Salado. Frente a esto es necesario mencionar, que la primera presencia de españoles por la zona de Anchicayá ocurrió en 1536 en una expedición en la que participó Sebastián de Belalcazar y Miguel López Muñoz, que terminó en las inmediaciones de lo que hoy se conoce como El Queremal, siguiendo las estribaciones de los ríos Digua y Anchicayá (Murillo 2019).

Por allí, se efectuó un intercambio comercial que perduró por mucho tiempo, hasta la construcción de la carretera Simón Bolívar, siglos después. Durante el período prehispánico esta región fue habitada por tribus indígenas que vivían en tambos en la confluencia de dos ríos; de poblamiento —extensivo, pero de baja densidad territorial. Posteriormente, durante la época de la Colonia, esta ruta continuó usándose por los nativos moradores de aquellas regiones, —quienes por allí mismo los indios traían sal y, más tarde el oro, los esclavos (Murillo 2019).

Cabe advertir que dichos grupos humanos, entre los que se cuentan los Cajambres, los Piles, los Imbanacos, los Timbas, Diguas, Cabas entre otros, ofrecieron una feroz resistencia a los españoles, por lo que fue difícil abrir una ruta entre Santiago de Cali y Buenaventura. Hay que recordar la exigencia que le hizo al gobernador de la provincia de Cauca, el capitán Jerónimo Panesso, para poder construir una vía al mar, prometiendo a quien lograra erradicarlos de la región, la posibilidad de entregarlos en encomienda (Murillo 2019).

La resistencia indígena en la zona fue un problema recurrente para los españoles, desde el primer ingreso al territorio en el siglo XVI hasta el siglo XVIII, cuando la población fue finalmente diezmada. Dicha resistencia dificultó los primeros intentos por construir un camino entre el interior del valle geográfico del río Cauca y el mar, impidiendo así el establecimiento permanente de poblados y de reales de minas durante el siglo XVI, lo que hace suponer que para este siglo la población de la zona era mayoritariamente aborigen (Murillo 2019).

Para la segunda mitad del siglo XVI empieza el proceso de explotación minera que involucra población indígena en la zona de Anchicayá y Raposo. Este primer intento por establecer reales de minas se ve truncado por la resistencia indígena que impidió el acceso al lugar. De otro lado la poca capacidad económica para adecuar los caminos del interior del valle hacia la costa y los escasos indígenas encomendados, quienes se habían desplazado hacia las zonas altas de la cordillera, contribuyeron a que se recurriera a mano de obra esclavizada africana (Murillo 2019).

Solo es hasta mediados del siglo XVII que comienza el poblamiento del pacífico por africanos en condición de esclavos. Aunque es incierta la fecha y la cantidad exacta en que fue introducida la mano de obra esclavizada a la cuenca de Anchicayá, se encuentran registros de la existencia de nueve minas en la zona a finales del siglo XVIII. Los esclavizados eran propiedad de terratenientes de Cali, Buga y Popayán quienes eran organizados en cuadrillas y se dedicaban a la minería, también a actividades agrícolas como el cultivo de plátano, caña de azúcar y otros productos que servían para la subsistencia cotidiana. Estas formas de organización de trabajo en las cuadrillas, impuestas por los esclavistas durante la época de la Colonia, evolucionarán con el tiempo en nuevas maneras de organización socioeconómica de las comunidades negras en el Pacífico Colombiano (Murillo 2019).

Durante el siglo XIX la actividad minera decayó notablemente en la zona, provocando la salida de la escasa población blanca, cuyo interés no era exactamente la colonización del territorio. Este aspecto, sumado al hecho de que después de 1852 se abolió la esclavitud, favoreció notablemente la dispersión de las comunidades negras en el territorio. Al proclamarse oficialmente la libertad en 1857, muchos de estos antiguos esclavizados se movilizaron a las partes medias y bajas de los ríos, incluyendo el Anchicayá (Murillo 2019).

En los albores del siglo XX, las poblaciones de San José de Anchicayá y Sabaletas se habían consolidado como puertos fluviales, siendo un paso obligado en el camino a Cali. Allí se practicaba la agricultura y la pesca, así como la minería a menor escala. Posteriormente otra ocupación se sumaría a la lista de ocupaciones de los pobladores (tala de árboles con el fin de proporcionar madera para los rieles del ferrocarril (Murillo 2019).

Un aspecto determinante para el aumento de la población (principalmente en los nuevos poblados de San Marcos, Agua Clara, Limones y Guamía), estuvo condicionado por la apertura de la carretera — Simón Bolívar que comunicaría a Cali con Buenaventura en 1945 a través de la cuenca del río Anchicayá. Esta obra fue un imán que atrajo a personas de diferentes zonas del país en busca de nuevos rumbos laborales. Se presentaron migraciones provenientes de Antioquia y el viejo Caldas (Murillo 2019).

De igual manera llegaron los negros que abrieron carretera desde Buenaventura. La apertura de la carretera abrió la puerta a la explotación extensiva de maderera y al auge de la explotación de oro que suscitó la aparición de otros poblados. En consecuencia, no solo llegaron pequeños mineros de otras regiones sino grandes empresas estadounidenses que compraron terrenos en las vegas de los ríos y comenzaron a usar dragas (Murillo 2019).

*Tabla 16 Hitos Positivos en la Historia de la Cuenca*

Período	Hitos relevantes
1920 - 1960	Construcción de la carretera Simón Bolívar para comunicar a Cali con el Puerto del Pacífico
1961	Reconocimiento de la primera junta de acción comunal, del corregimiento La Cascada, que tenía jurisdicción desde las veredas El Engaño hasta el Cauchal
1970	Los habitantes lograron establecer ventas y generar ingresos alrededor de la vía simón Bolívar porque era fundamental para la conexión del interior del departamento con Buenaventura
1980 a 1998	Generación de trabajo alrededor de la Central Hidroeléctrica del Alto y Bajo Anchicayá

Período	Hitos relevantes
2001	Registro del primer Consejo Comunitario en la región, integrado por habitantes del Danubio, Cauchal y Bellavista
2004 a 2006	Avance en la cobertura y calidad educativa, se logra tener nivel secundario en el territorio.
2006	Pavimentación de 16 km de la vía Simón Bolívar que mejoró el tránsito en algunos puntos
2008	Conformación de la Mesa Interinstitucional de Concertación entre comunidades e instituciones de la Zona, especialmente resalta el apoyo institucional de la Fundación Epsa, la estrategia de conservación de la UAESPNN con mayor participación de la comunidad.
2010	Baja intensidad del conflicto armado en el territorio
	Con el descenso del conflicto se incrementa la presencia del Estado y las ONG's para desarrollar iniciativas.
2011	La vereda el Cauchal se independiza del primer consejo comunitario reconocido para realizar uno propio
	Visibilización de las comunidades de la Cuenca a través de sus líderes y organizaciones
2014	Mejoramiento de la comunicación con la creación de puntos Vive Digital, programa del Ministerio de Comunicaciones
2016	Trabajo articulado entre las organizaciones comunitarias con presencia en el territorio y compromiso activo de los líderes comunitarios
	Intención de las comunidades por hacer una sustitución voluntaria de cultivo de uso ilícito
2021	Programa de sustitución de cultivo de uso ilícito PNIS entrega incentivos al turismo para reactivación de la economía del territorio
	Formulación del programa de turismo de naturaleza como estrategia de conservación en la reserva forestal protectora nacional río Anchicayá y su zona de influencia por parte de la corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca CVC

Fuente: Plan Estratégico Territorial Anchicayá 2017 y Programa de Turismo de Naturaleza 2022

Los hechos positivos se relacionan con varios factores: i) con las obras, intervenciones e inversión en la zona que les han permitido resolver necesidades básicas, acceder a servicios sociales y públicos; ii) existe un alto reconocimiento de su proceso de organización comunitaria y construcción de apuestas por el desarrollo a través de instancias como las Mesas o la visibilización de espacios autónomos, étnicos y políticos, que han ganado en los últimos años; iii) una confianza y trabajo interinstitucional que se han ido incrementando conforme a la pacificación de la zona, con mayor presencia estatal y el incremento de las capacidades de participación y organización comunitaria (Eprodesa&Coloso, 2017).

Tabla 17 Hitos negativos de la historia de la Cuenca

Período	Hitos negativos
1948	La construcción de la Hidroeléctrica de medio y alto Anchicayá disminuyó la capacidad agrícola, generando pobreza y expulsión de los habitantes de la zona
1952	Declaratoria de los territorios de conservación, sin tener en cuenta la presencia de campesinos y comunidades étnicas que se vieron afectada
1968	Declaración del Parque Nacional Natural Farallones
1985	Aparición del grupo armado M-19, provocando combates y reclutamiento de los jóvenes
	Disminución de fincas y actividades productivas debido a desplazamiento por violencia
1990	Aparición de las FARC, aumentado el nivel de conflicto armado en la zona
1995	Declaración de la zona como alto riesgo, luego de la avalancha en el sector del Danubio, lo que frenó la construcción y acceso de la población al derecho de una vivienda
	Pérdida de ventas y actividades económicas de los habitantes por la inauguración de la vía Cabal Pombo a Buenaventura en reemplazo de la vía Simón Bolívar
1998	Creación del Consejo de Alto Anchicayá sin reconocimiento y representatividad
1999 a 2002	Presencia de grupos paramilitares que incrementaron el desplazamiento forzado
2000	Instalación de la base de alta montaña que representaba constantemente riesgo de ataques armados
2002	Desplazamientos forzados masivos de la zona
	Ocurrencia de falsos positivos y masacres a manos de paramilitares



Período	Hitos negativos
2004	Aparición de cultivos ilícitos en la zona, sustituyendo la poca agricultura existente. La presencia de estos ha hecho que sean perseguidos y judicializados.
2010	Implementación de proyectos en la zona sin participación comunitaria
2019-2020	Pandemia Covid-19 con disminución de actividad turística y afectación de economía Local
2021	Reactivación de cultivos ilícitos que permean la comunidad e incentivan la siembra, cultivo y producción- Alteración de orden Público por presencia de Grupos al Margen de la Ley

Fuente: Plan Estratégico Territorial Anchicayá 2017 y Programa de Turismo de Naturaleza 2022

La connotación negativa de los hechos históricos está asociada principalmente a la vulneración de derechos de la comunidad por factores como: i) la implementación de obras, proyectos y restricciones de uso del territorio sin participación y que se perciben como generadores de pobreza; ii) los daños y afectaciones a nivel individual y colectivo directamente relacionados con la permanencia y agudización del conflicto armado en la zona; iii) la aparición de actividades ilícitas como formas de sobrevivencia de la comunidad ( Eprodesa&Coloso, 2017).

*Otros hechos que también aportan a la historia de la cuenca del Río Anchicayá*

### Flor del Quereme

El Quereme, es la flor que da origen al nombre del corregimiento el Queremal y que, de acuerdo con la tradición oral de sus habitantes, tiene propiedades para atraer el amor y la buena suerte. El departamento del Valle del Cauca cuenta con 70 de las 100 especies de Cavendishia que existen a lo largo de centro y Suramérica, la cual es conocida como la Flor del Quereme. La cuenca del río Anchicayá es privilegiada al contar con especies endémicas como el Cavendishia Rosa o Quereme Rosa y el Cavendishia Quereme o Quereme Hembra, el cual se cultiva con fines comerciales y se le atribuyen propiedades místicas de enamoramiento y atracción de buena fortuna; hay ciertas hipótesis a nivel científico que argumentan que algunos elementos volátiles de la planta, puedan ser similares estructuralmente a análogos de feromonas humanas, por eso aclaman algunas de esas propiedades. La flor del Quereme está siendo aprovechada comercialmente para elaborar productos como jabones y lociones (Gómez, 2020).

Figura 28 Monumento a la flor del Quereme, en el corregimiento del Queremal



El territorio es célebre por contar con la Hacienda el Bono, lugar donde según la tradición oral de sus habitantes, se generó la historia que más se conoce a nivel regional, nacional e internacional. Incluso, el Pandebono fue incluido en una de las canciones más famosas del Grupo Niche, orquesta icono de la salsa caleña y con reconocimiento mundial.

“Hace mucho tiempo, en algún lugar del cañón del Dagua, cerca de un riachuelo, en una hacienda llamada el Bono, vivía una mujer de cabello blanquecino, quien respondía al nombre de Genoveva, ella hacía unos panecillos que a la postre resultarían famosos. Para su hechura, tomaba un poco de maíz, un tanto de queso, y añadía un poco de polvo blanco que extraía de la yuca.... lo hacía en su molino de piedra, después de mucho amasar en la gruesa batea, armaba los panes y los llevaba al horno de leña. Al pasar los arrieros por dicho lugar, arribaban al lugar atraídos por el grato olor que el horno esparcía, entonces abrevaban sus recuas, comían unos cuantos panes, luego llevaban otros para sus casas envueltos en hojas de plátano y talegas. Al llegar a estas, sus esposas exclamaban ¡Umh ¡¿Qué es esto tan delicioso? Responden ellos: Pan de la Hacienda el Bono. Pasado el tiempo, las palabras se acortan quedando: Pan del Bono.” (Velázquez Buitrago, sf)

Figura 29 El Pandebono



### Literatura

Este territorio sirvió como escenario de inspiración para el escritor Jorge Isaacs, quien durante su trabajo como inspector de la construcción de la vía Simón Bolívar, y teniendo a su cargo una cuadrilla de 30 hombres que abrieron el camino de Cali hacia el mar, pudo iniciar su obra maestra María; novela que lo convertiría posteriormente en el mayor exponente de la literatura romántica Colombiana. Isaacs, quien dedicaba las noches a escribir la historia de amor entre Efraín y María en el “paraíso”, se vio contagiado de Malaria, esta enfermedad tropical que finalmente acabó con su vida. (Biotácora, 2021).

### Virgen de los remedios “la Montañerita Cimarrona”

En Cali, en 1580, el mercedario Fray Miguel De Soto, recibió la visita de un indígena quien le contó que en la montaña donde él vivía había una imagen parecida a la Virgen de la Merced, la llamaban la Montañerita Cimarrona, la adornaban con flores y frutas. El fray organizó un viaje hasta la Virgen que se encontraba exactamente en las cabeceras de Cava, entre las montañas de Mico y la región de Anchicayá, a unos aproximadamente 65 kilómetros de Cali.

Como el fray era cojo, le hicieron una especie de cesto y así sobre los hombros de indígenas fue llevado hasta el lugar. El Fray relató...“la hemos hallado en un nicho tallado en la roca por la naturaleza, de pedernal blanco tan fino y duro que despidе chispa al menor contacto del eslabón, constan madre y niño de una sola pieza, mide más de un metro de altura y pesa 25 arrobas (250 kilos aprox.) Su vestido es túnica y manto...la expresión de su rostro es perfecta...estrecha contra su pecho al niño, él toca el cuello de la madre y con la otra mano empuña una fruta.”

Figura 30 Virgen de los remedios “la Montañerita Cimarrona”



Pero a este misterio de no saber cómo emergió en esa roca la Virgen, se agrega que después de haber sido llevada a la Iglesia la Merced, dos veces desapareció para ser reencontrada de nuevo en la roca original. La madre superiora le dijo al fray que debían hacerle una capilla para que no se retornara, y efectivamente, así fue como se quedó en Cali. La virgen de los remedios puede ser visitada todos los días en el Complejo Religioso la Merced (Borrero Hurtado, 2012).

### San José del Salado

En el siglo XVI, era urgente conectar a Popayán y Cali con el puerto de Buenaventura para poder movilizar las importaciones y exportaciones, una labor excesivamente difícil y muy demorada. A esto se le sumaba la drástica reducción de la población indígena debido al abuso de los encomenderos, o aquellos españoles "dueños" de los indígenas, que los usaban para transportar mercancía o personas en su espalda; carga que podría llegar hasta las 3 arrobas y que ocasionó que muchos de ellos fallecieran en el camino. Con este panorama de tan pocos indígenas, los españoles pidieron autorización a la corona para traer africanos y esclavizarlos, pues eran considerados mucho más fuertes que los indios, podían adosar la carretera y permitir que las bestias pudieran entrar.

Así, San José del Salado comenzaba a establecerse como el primer asentamiento humano del territorio de Dagua, dando origen al municipio que hoy lleva el nombre del Río. Su nacimiento data de 1542 y está ligado a las vicisitudes del camino a Buenaventura. San José del Salado, que en su tiempo se conocía como la Hacienda Papagayeros, fue testigo del afán colonizador de la corona española en estas tierras.

Gracias a su ubicación estratégica, prontamente San José del Salado se convirtió en el sitio de encuentro de los viajeros que transitaban por los caminos de herradura que comunicaban a Cali con Buenaventura. También para quienes regresaban del Pacífico después de una larga travesía por las selvas húmedas tropicales, encontraban en esas montañas de los Andes un sitio para descansar y la promesa de condiciones menos difíciles en su tránsito por la parte alta del cañón del Dagua. (Biotácora, 2021).

### La Torre Mudéjar

A la espera de ser declarada monumento nacional, tiene una base cuadrada que mide aproximadamente 2 metros y medio de lado, alzándose hasta una altura de casi 10 metros. Fue construida en tres cuerpos, separados por cornisas, en mampostería de ladrillo, y pintada con cal. El estilo Mudéjar de la torre hace referencia a la fusión de las corrientes artísticas de las cultura cristiana y musulmana, como una alianza en acuerdo entre las dos corrientes de la época en España como un intercambio entre las artes y la arquitectura, convirtiéndose en un estilo de gran popularidad, tratándose de un fenómeno autóctono y exclusivamente hispánico (Biotácora, 2021).

*Figura 31 Torre Mudéjar*





### Estructura poblacional

El municipio cuenta con una población total de 36.526 habitantes en el año 2018 y proyectada para llegar a 37.005 en el 2020, de los cuales 19.208 serán hombres y 17.797 serán mujeres. El porcentaje de distribución en el territorio es de 22,0% en zona urbana y el 78,0% en zona rural. Desde lo étnico, el municipio reconoce 13.292 negros o afrodescendientes, 803 indígenas y 7 raizales (Alcaldía de Dagua 2018).

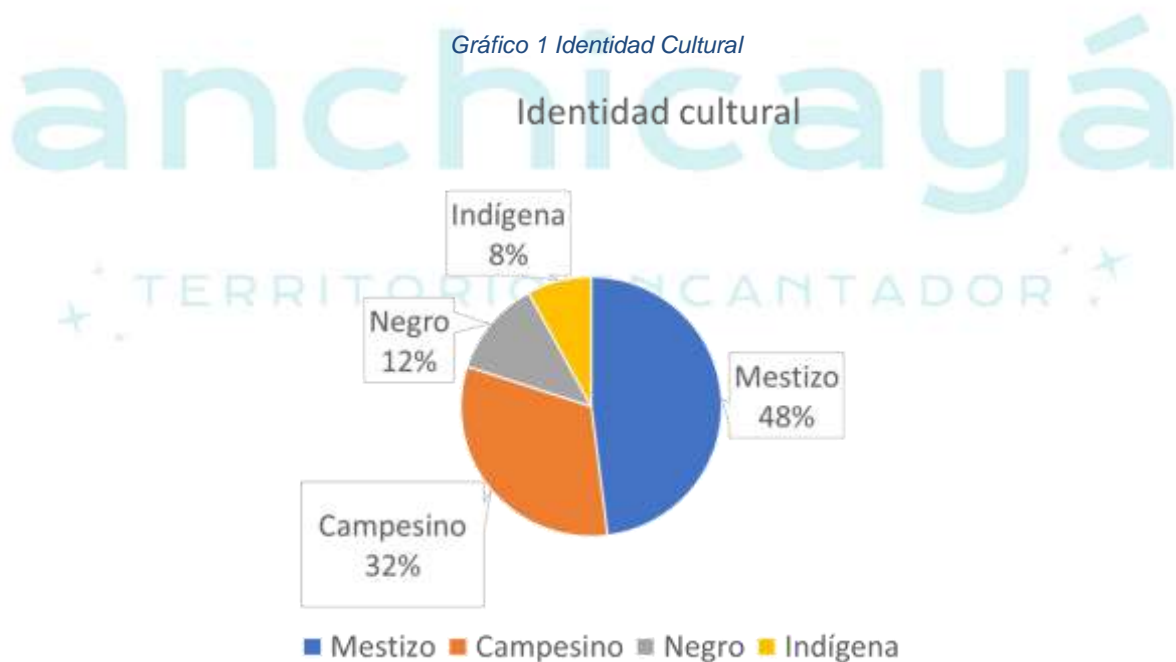
Tabla 18 Proporción de la población por ciclo vital, Dagua, Valle del Cauca 2005, 2018 y 2020

Ciclo vital	2005		2018		2020	
	Número absoluto	Frecuencia relativa	Número absoluto	Frecuencia relativa	Número absoluto	Frecuencia relativa
Primera infancia (0 a 5 años)	3950	11,2	3554	9,7	3534	9,6
Infancia (6 a 11 años)	4412	12,5	3241	8,9	3206	8,7
Adolescencia (12 a 18 años)	4952	14,0	3542	9,7	3489	9,4
Juventud (14 a 26 años)	7732	21,9	7103	19,4	6784	18,3
Adulthood (27 a 59 años)	13580	38,5	16112	44,1	16442	44,4
Persona mayor (60 años y más)	4030	11,4	5743	15,7	6041	16,3
<b>Total</b>	<b>35270</b>		<b>36524</b>		<b>37005</b>	

Fuente:( Alcaldía de Dagua - Análisis de Situación de Salud 2018 con el Modelo de los Determinantes Sociales de Salud, p 33)

Con respecto a la cuenca del Río Anchicayá, la estructura poblacional étnica está compuesta en su mayoría por mestizos, seguido de quienes se consideran campesinos, posteriormente están quienes se identifican como de la raza negra y finalmente por indígenas

Gráfico 1 Identidad Cultural



(Programa de turismo de Naturaleza 2022)

## Distribución geográfica de la población

De acuerdo con información suministrada por líderes de la comunidad, la distribución geográfica de la población de la cuenca es la siguiente.

Tabla 19 Distribución geográfica de la población en la Cuenca

Corregimiento – Vereda	Número de familias	Número de personas
Cauchal	Familias 37	Personas 108
Danubio	Familias 68	Personas 208
Cascada	Familias 76	Personas 180
Placer	Familia 62	Personas 165
Digua	Familias 34	Personas 110
La Elsa	Familias 70	Personas 180
San José del Salado	Por determinar	Personas 600
Queremal	Familias 1.500	Personas 6.000
Total		6.781

Fuente: Programa de turismo de naturaleza 2022

## Religión

De acuerdo con lo expresado por a la comunidad, la religión católica es la predominantes en toda la cuenca, sobre todo existentes muchos devotos a la Virgen de los Remedios, que, de acuerdo con la tradición oral del territorio, fue tallada por los indígenas que habitaron la zona, siendo encontrada su escultura cerca a la cascada manto de la virgen. Sin embargo, existen en la cuenca varias iglesias evangélicas pentecostales, que permiten establecer la existencia de personas con afines a esta religión y sus prácticas. (Programa de Turismo de Naturaleza 2022)

Figura 32 Parroquia Principal, Corregimiento Queremal e Iglesia Evangélica Pentecostal



Programa de turismo de naturaleza 2022

## Vivienda y arquitectura

La estructura de las casas en la cuenca del Río Anchicayá es variada, en algunas todavía conservan el estilo arquitectónico de siglos pasados donde las puertas y ventanas eran de gran tamaño, y los materiales como la piedra, madera, barro y bahareque eran los principales elementos de construcción. También existe un tipo de vivienda campestre, en donde se conserva gran parte de zona verde en el

frente y los costados de las casas, los cuales son adornados con diferentes elementos como plantas, artesanías utilitarias y decorativas, artículos antiguos, cuadros, entre otros. Es posible encontrar también fincas con estructura en madera, viviendas con arquitectura moderna y construcciones hechas en tablas y hojas de zinc. (*Programa de turismo de naturaleza 2022*)

Figura 33 Tipos de vivienda existente en la cuenca



Programa de turismo de naturaleza 2022

### Gastronomía

Durante el trabajo realizado con la comunidad, estos expresaron tener una gastronomía variada gracias a los diferentes productos que se logran conseguir en el territorio. En cuanto a platos o preparaciones especiales, destacan el Pandebono como un elemento de reconocimiento a nivel regional y nacional. De igual manera, el fiambre también es reconocido como un plato representativo del territorio, gracias a que las poblaciones del Cauca y Huila que se asentaron en la cuenca tenían como costumbre consumir este plato. (*Programa de turismo de naturaleza 2022*)

### Ferias y fiestas:

Para los habitantes de la cuenca, el componente cultural ha sido valioso durante años porque logra mostrar sus costumbres a través de festividades anuales.

**Festival de Música Colombiana y Andina del Queremal:** Es una muestra cultural y artística que promueve, difunde y exalta música tradicional colombiana y ancestral de países andinos. En este festival se disfruta de música autóctona y de modernas propuestas musicales con agrupaciones que rescatan y mantienen viva la

Figura 34 Festival de Música Colombiana y Andina de El Queremal:





tradición de los abuelos, presentando nuevas armonías y composiciones para los asistentes. Número de ediciones hasta la fecha, 32.

Figura 35 Fiestas de San Pedro y San Pablo

**Fiestas de San Pedro y San Pablo:** Con más de 50 años de tradición, es un evento que rinde homenaje a la cultura de los departamentos del Huila y Tolima. Tuvo su inicio como estrategia para reactivar la economía de la cuenca del Río Anchicayá debido que el flujo de visitantes disminuyó considerablemente en la cuenca, una vez que se inaugurara la nueva vía hacia Buenaventura en los años 70. Estas fiestas combinan actividades culturales, gastronómicas, presentaciones artísticas, paseo a caballo, eventos deportivos, entre otros



a

Figura 36 Festival Ambiental Anchicayá Viva



**Festival Ambiental Anchicayá viva:** Es un evento que promueve la educación ambiental y manejo de conflictos socioambientales, dando como resultado un amplio conocimiento en la implementación de estrategias corporativas ambientales para el buen uso del suelo y una agricultura sana, sostenible y más justa Socialmente. Número de ediciones hasta la fecha, 4.

### 2.3.2 Propuesta de Gestión Cultural Comunitaria para el Turismo

La gestión articulada de los elementos culturales existentes en la cuenca del río Anchicayá, debe ser una de las actividades principales para la consolidación turística del destino, puesto que el turismo cultural es una de las tipologías complementarias al turismo de naturaleza, es decir, que todos aquellos elementos presentes en la cultura inciden en los productos y actividades generados en temas ecoturísticos, turismo de aventura y turismo rural.

A nivel mundial, el turismo cultural está considerado como un excelente motivador de viajes debido a que logra articular diferentes actores e iniciativas entorno nuevas tendencias turísticas, en donde se encuentran “elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba 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 formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones” (OMT,2019)

Desde el punto de vista de la gestión cultural comunitaria, se busca que las personas vean el turismo como un instrumento de sostenibilidad social y económica, donde todos se organicen, participen y se beneficie de la activación de la cadena productiva del turismo, enfocando sus esfuerzos en consolidar productos turísticos como rutas o circuitos que involucren elementos como la historia, la gastronomía, bienes de interés cultural, ferias y fiestas, mitos y leyendas, entre otros.

Para lograr lo anteriormente planteado, se requiere la articulación de manera permanente de los actores sociales y comunitarios de la zona alta y media de la cuenca, para buscar consolidarla como

un solo escenario donde se mezclan elementos culturales y naturales que generen experiencias innovadoras al turista. Deberán involucrarse entonces, elementos como la carretera Simón Bolívar, el Flor del Quereme, la Torre Mudéjar, la Hacienda el Bono, la Virgen de los Remedios, Fiestas de San Pedro, Festival de Música Colombiana y Andina, entre otros sitios y actividades de interés cultural

Por lo anterior, se propone que, desde el comité de turismo de la cuenca, se lideren procesos de articulación con entidades que generen formación y empoderamiento en temas de salvaguarda del patrimonio cultural en cualquiera de sus expresiones. Esto incluye:

- Creación de grupos de semilleros como un elemento clave para el rescate y conservación de las tradiciones culturales de la cuenca.
- Generación de escenarios de formación en las manifestaciones culturales presentes en la cuenca: gastronomía, artesanías, historia, ferias y fiestas, y otros.
- Fomentar una cultura de conservación ambiental enfocada en todos los elementos existentes en el territorio, que esté enfocada al cuidado, manejo y aprovechamiento racional de los recursos ecosistémicos: fauna, flora, recurso hídrico, paisajes y otros, que termine generando un mejor nivel de vida en la comunidad.
- Fortalecer las fiestas y festivales de territorio, orientadas generar libretos con contenido más amplio y participativo.
- Generación de experiencias turísticas comunitarias que articulen la historia, la gastronomía, artesanías, ferias, fiestas, entre otros.

## 2.4 Análisis del Componente Turístico

En el análisis turístico del sector, se evalúa la oferta turística del destino considerando tres aspectos importantes en el proceso de función de ellos: la formalidad empresarial, cumplimiento de la normatividad vigente y la capacidad de la oferta. Para el logro de este trabajo fue necesario reconocer las realidades en particular que presentaban los actores intervinientes; recolectando información a través de 2 talleres, alcanzando en las primeras 23 entrevistas y en el segundo 16 entrevistas que sirven como modelos para la abordar la realidad empresarial de la comunidad interesada en el modelo de turismo de naturaleza dentro de la Cuenca del Anchicayá.

### a. Formalidad Empresarial:

Basado en la percepción de los empresarios encuestados, los principales oficios a los que están dedicados los actores de la cuenca refieren a la guianza turística (39%); Alimentación (21%); Agricultura (17%); Artesanía (17%); Alojamiento (17%); Agencias de Viajes (4%); y Transporte (4%).

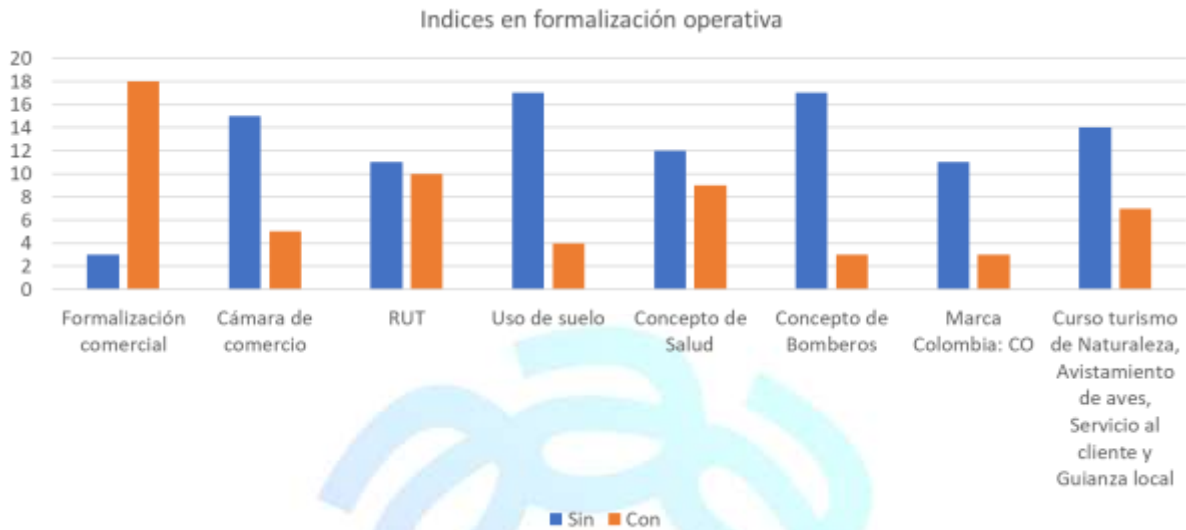
Gráfico 2 Ocupación Principal Actual



Gráfico 3 Principal Fuente de Ingresos



Gráfico 4 Índices en formalización operativa



Fuente: Primer taller Percepción empresarial

De los cuales se perciben como mayores fuentes de ingresos a las áreas de Guianza turística (34%) y Pesca (21%), seguido por Transporte, Alimentación y Artesanía (13%); con un menor índice Alojamiento y Agricultura.

Valores de los cuales es posible interpretar que en el área se han desarrollado mayores capacidades en cuanto a servicios de acompañamiento y facilidades operativas como es el caso del transporte y la alimentación. Por su parte, la agricultura en todos los casos, si bien es una característica aprovechable en términos de disponibilidad, se considera de menor beneficio al momento de traducirse en términos económicos.

En términos de legalidad; de acuerdo con las labores de relevamiento de actores, de 11 operadores turísticos, sólo uno de ellos disponía de Registro ante cámara de comercio y RNT activo. Tal hecho coincide con el bajo relacionamiento con agencias de viajes y tour operadores nacionales, dado los requerimientos precisados por el intermediario a la hora de ofrecer productos turísticos en territorio.

#### b. Normatividad Vigente

En cuanto a las reglas establecidas en el área de influencia; los operadores comentan que la regla principal a la cual debe atender todo visitante es la limpieza, evitando arrojar basura en lugares no autorizados con el objetivo principal de conservar las fuentes hídricas y biodiversidad sin alteraciones antrópicas.

Debido a la gran variedad en recursos naturales, y con el objetivo de preservar su presencia es necesario evitar la extracción de flora y fauna. Recursos que en ocasiones se ven afectados por el tráfico ilegal de especies, poniendo en jaque la permanencia de especies singulares en el área de la cuenca. Tal como es el caso de la ranita *Oophaga lehmanni*, de la cual la comunidad comenta que existe un mercado ilegal con fines decorativos, mágico religiosos e investigativos en el orden internacional.



Gráfico 5 Adaptabilidad, Reglas y Costumbres



Por su parte, frente a los valores de ocupación turística adecuados para la sostenibilidad del destino, se han diseñado modelos de capacidad de carga operativa, en sectores como el sendero al Manto de la Virgen, el Cañón del Anchicayá o Siete Charcos y el sendero de la Virgen de los Remedios, con los cuales se establecen parámetros de impacto que tienen la finalidad de mitigar las erosiones derivadas de las actividades turísticas en el sector. Sin embargo, los operadores turísticos dejaron ver la necesidad de avanzar con políticas que aumenten la regulación en los límites aceptables de carga sobre las principales áreas del destino, que de acuerdo con las encuestas aplicadas hoy cubre un 34.7% de estas actividades.

Gráfico 6 Capacidad de Carga



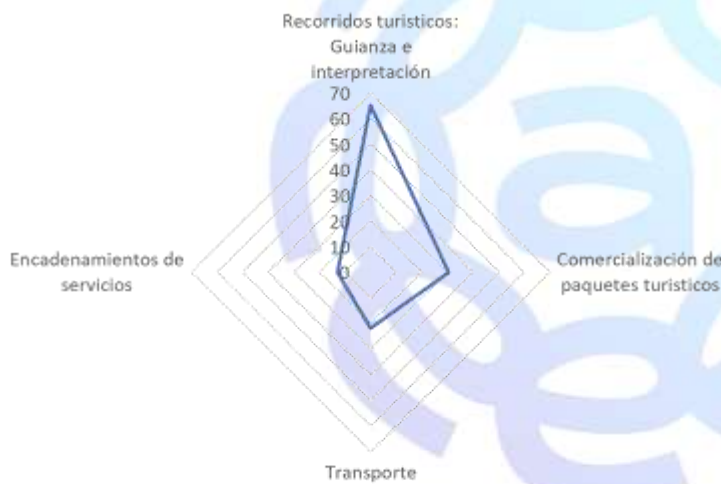
c. Capacidad de la oferta:

Gráfico 7 Capacidad de la Oferta

En la mayoría de los casos, de acuerdo con la percepción de la comunidad encuestada en el taller de percepción empresarial, un 90% de la oferta se encuentra en disponibilidad de operar, los cuales en su mayoría están centrados en actividades de guía, comercialización y transporte de visitantes en el destino. Circunstancias que permiten hablar de un mayor desarrollo en la oferta de guías e intérpretes locales, los cuales identifican a esta actividad como una estrategia rápida de lucro a través del turismo.



Gráfico 8 Recorridos Turísticos



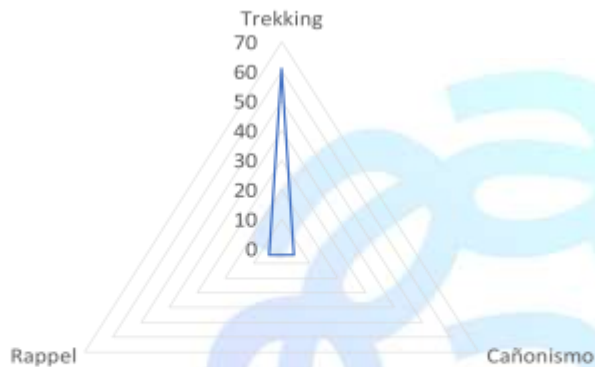
Oferta que para el caso de los servicios de alojamiento se enfocan en modelos para hoteleros, como es el caso del camping, viviendas locales, fincas, glamping y hoteles. Sin embargo, por el propio movimiento de operarios de la hidroeléctrica, en la zona del Danubio se localiza un hotel con capacidad para 80 personas, con servicios de wifi, televisión y alimentación estilo corrientazos.

Gráfico 9 Oferta de alojamiento turístico



La riqueza biológica en conjunto a la cultura que habita esta región hace posible la disponibilidad de productos altamente singulares en senderos secos y mojados, dedicados a la observación de especies protegidas por su vulnerabilidad. Las actividades de aventura, enfocadas en las motivaciones de adrenalina, también son alternativas altamente desarrolladas en el destino; tal como sucede en 7 Charcos, donde los visitantes transitan por senderos acuáticos entre ascenso y descenso, contemplando escenarios de alto valor paisajístico natural.

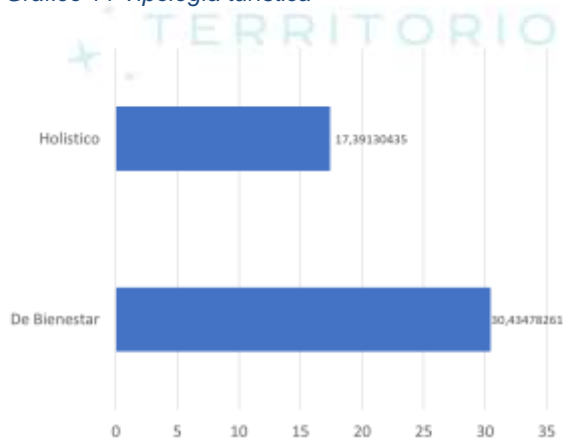
Gráfico 10 Actividades de turismo de aventura



El turismo religioso, por su parte es un renglón de la economía turística que en lo usual se vincula a las procesiones hasta la Virgen de los Remedios, un sendero de alto simbolismo para los creyentes del Valle del Cauca, ya que según cuenta la historia, es en este camino donde se encontró la virgen que en la actualidad es la patrona departamental. De allí que por este espacio transiten peregrinos de todas las edades en días patronales.

Para el caso de las actividades asociadas a la ecoterapia, se han detectado un bajo número de prácticas de sanación asociadas a las nacientes y caídas de agua, las cuales disponen de nombres como Chorrera El Alivio y La Virgen de los Remedios. No obstante, en la actualidad se adelantan nuevas propuestas interesadas en el campo holístico y de bienestar o *Wellness*, en las cuales es posible comprender más sobre antiguas prácticas de pagamentos y ritos de sanación tradicional de comunidades campesinas, indígenas y afro.

Gráfico 11 Tipología turística







#### 2.4.1 Análisis turístico del sector

Continuando con el trabajo realizado durante la caracterización empresarial en donde a través de los talleres participativos, salidas de campo, llamadas telefónicas y envío encuestas en formato online, se logró caracterizar prestadores de servicios turísticos y establecimientos comerciales asociados a esa oferta como tiendas, paradores, estaderos, entre otros. Se genera entonces en este análisis del sector, un listado con los prestadores de servicios turísticos caracterizados indicando su ubicación, el tipo de servicio que prestan, la capacidad que tienen para prestar el servicio y la formalidad turística. Este listado incluye los puntos de información turísticos privados y los administrados por las autoridades ambientales; Parques Nacionales Naturales y CVC.

**Ver anexo 1**, Fichas de caracterización de actores y **Anexo 8**, fichas de caracterización empresarial y Caracterización de Prestadores de Servicios Turísticos Asociados al Ecoturismo.

Adicionalmente, se incluye un listado con prestadores de servicios que no pertenecen a la cuenca, pero hacen presencia en el territorio en articulación con los prestadores locales

Tabla 20 Listado de prestadores de servicios caracterizados

Prestador de servicios	Ubicación	Tipo de servicio	Capacidad de atención	Formalidad	Contacto
Hacienda el Bono	San José del Salado	Pesca Deportiva Alimentación Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Pedro Collazos 323 4663431
Graciela Sandoval	San José del Salado	Alimentación	10 pax	Sin implementación de normatividad	Graciela Sandoval 324 5764373
Hotel Campanario	Queremal	Alojamiento Alimentación	120 pax	Con RNT	Edison Salazar 3182442414
Hotel y Restaurante Casa Blanca	Queremal	Alojamiento alimentación	22 pax	Sin RNT	Dora Landázuri 312 8177226
Balneario Sinaí	Queremal	Alojamiento Alimentación	90 pax	Sin RNT	Isidro Cortez 321 9811936

Prestador de servicios	Ubicación	Tipo de servicio	Capacidad de atención	Formalidad	Contacto
		Recreación			
Hotel Plaza	Queremal	Alojamiento	25 pax	Sin RNT	Arley Rodríguez 314 7630298
Las Victorias	Queremal	Alojamiento	20 pax	Sin RNT	Jaime Nañes 312 8930824
Hotel San Juan	Queremal	Alojamiento	20 pax	Sin RNT	Margarita Pedraza 315 8557944
Hospedaje Queremal	Queremal	Alojamiento	15 pax	Sin RNT	Cristina Rengifo 317 6632614
Finca el Encanto	Queremal	Avistamiento de Aves Alojamiento Alimentación	Por determinar	Sin RNT	Luis Muñoz 312 2974999
Colinas del Viento	Queremal	Alojamiento Actividades agroturísticas	Por determinar	Sin RNT	Vilma Cortes 315 650 9655
Finca Villa Lizeth	Queremal	Alojamiento	40 pax	Sin RNT	Andrés Mauricio Calderón 3175940415
Ecópolis	Queremal	Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Sebastián Urriago 311 3975360
Biotácora Colombia	Queremal	Agencia y Operador Turístico	Grupos	Con RNT	Juan Felipe Henao 3187103508 - 3203463038
Anchicayá Travel	Queremal	Operador Turístico	Individual Parejas Grupos	Con RNT	Jeny Peña 317 6680099
Taua Bienestar	Queremal	Operador turístico	Individual Parejas Grupos	Con RNT	Emilsen Pepicano 315 7526224
Bioaventura	Queremal	Operador Turístico	Individual Parejas Grupos	Sin RNT	Emilse Orozco 3178059555
Mundo Anchicayá	Queremal	Operador Turístico de Aventura	Individual Parejas Grupos	Con RNT Con Certificación	Ernesto Bermeo 314 2589555
Ecolectivo Tayra	Queremal	Colectivo articulador de servicios turístico	Individual Parejas Grupos	Sin RNT	Emilsen Pepicano 315 7526224
Avistamiento Doña Dora	La Elsa	Avistamiento de Aves Alimentación alojamiento	44 pax alojamiento 9 pax	Con RNT	Elber Sánchez 312 3165390
Ricuras Carla	La Elsa	Alimentación	Por determinar	Sin implementación de normatividad sostenible	Carlina Andrade 319 3599140
Restaurante Doña Miriam	La Elsa	Alimentación	44 pax	Sin implementación de normatividad sostenible	Luz Miriam Calderón 3193599140

Prestador de servicios	Ubicación	Tipo de servicio	Capacidad de atención	Formalidad	Contacto
Finca Villa Elsa	La Elsa	Alojamiento Alimentación	10 pax	Sin RNT	Juan Carlos Villaizac 320-6885832
Finca la Bendición	La Elsa	Alimentación Alojamiento	15 pax	Sin RNT	Leonisa Bernal 319 5574365
Los Pantanales del Queremal (Bus para alojamiento)	La Elsa	Alojamiento	7 pax	Sin RNT	Pablo Yesid Bello 315 2948662
Halcones Valle Expeditions	La Elsa	Operador turístico	Individual grupos	Con RNT	Edwin Lasso 318 5240974
Asociación Agroturística Quereme Paz	La Elsa	Asociación comunitaria articuladora de servicios turísticos	Individual Parejas Grupos	Sin RNT	Edwin Laso 318 5240974
Mirador Ebenezer La Vaca Original	La Elsa	Alojamiento Alimentación	Por determinar	Sin RNT	Tulio Cruz 3158765871
Mundo Anchicayá	La Elsa	Centro de terapias Holísticas y Bienestar	Por determinar	Con RNT	Ernesto Bermeo 314 2589555
El Kiosko de Paty	La Elsa	Alojamiento	15 Pax	Sin RNT	Claudia López 318 5389193
Reserva Natural el Paraíso	La Cascada	Interpretación Alimentación Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Dora Yorleny Sepúlveda 3145275117
Finca la Oculta 312 3165390	La Cascada	Guianza Interpretación Alimentación	Grupos entre 20 - 40 pax	Sin RNT	Sandra Patricia Zamorano 3225122499
Parador Turístico la Hacienda	La Cascada	Alimentación Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Harold Alegría  3225825918 3117823667
Destino Anchicayá	La Cascada	Operador turístico	Individual Parejas Grupos	Sin RNT	Dairon Antonio Última 300 2349203
La Oculta	La Cascada	Alimentación Alojamiento Sendero	Por determinar	Sin implementación de normatividad sostenible	Sandra Zamorano 322 5122499
Hotel Brisa del Danubio	El Danubio	Alojamiento Alimentación	Por determinar	Sin RNT	Henry Fernando Gómez 3153938275 3175021866
Las Delicias de María	El Danubio	Alimentación	Por determinar	Sin implementación de normatividad sostenible	María de Jesús Caicedo 311 3988117
Posada de Mis Recuerdos	El Danubio	Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Marleny 350 4892405
Posada el Pescador	El Danubio	Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Aldemar Botina



Prestador de servicios	Ubicación	Tipo de servicio	Capacidad de atención	Formalidad	Contacto
					319 6267867 318 8680598
Hospedaje la Esperanza	El Danubio	Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Sandra Peña 318 4106225
Hospedaje la Sirena	El Danubio	Alojamiento	Por determinar	Sin RNT	Sandra Peña 318 4106225
Anchicayá Biodiversa	El Danubio	Operador turístico	Individual Parejas Grupos	Sin RNT	Alexis Nieves 316 3906534
Disco Estadero VIP	El Danubio	Alimentación	Por determinar	Sin implementación de normatividad sostenible	Julieth Carine López 3133121425
Estadero la Sirena	El Danubio	Alimentación	Por determinar	Sin implementación de normatividad sostenible	Diego Fernando Sánchez Anomia 3185608796
Cortucan	El Danubio	Operador turístico comunitario	Individual Parejas Grupos	Sin RNT	Fredy Rebolledo 321 8872718
Centro de Sanación el Alivio	EL Danubio	Centros de Sanación	Por determinar	Sin implementación de normatividad sostenible	María Cenia 3167018669
Punto de información Guardaparques (Parques Nacionales)	Kilómetro 81 Cañón del Río Anchicayá	Sensibilización de visitantes en cuanto a las actividades permitidas en la zona	Individual Parejas Grupos	Autoridad Ambiental	Luis Carlos Mamian 317 6827711
Punto de información Guardabosques (CVC)	Kilómetro 84 Sendero a la Sirena	Sensibilización de visitantes en cuanto a las actividades permitidas en la zona	Individual Parejas Grupos	Autoridad Ambiental	Éivar Orozco 316 2293688
Punto de Información Turístico de Ecotayra	Parque Principal del Queremal	Suministro de información turística y complementaria del destino	Individual Parejas Grupos	N/A	Claudia Patricia Cárdenas 318 2201701

Tabla 21 Tiendas, estaderos y otros

Establecimiento	Ubicación	Producto que comercializa	Formalidad (Cámara de Comercio)	Propietario / Administrador
Autoservicio Queremal	Queremal	Barros, verduras, licores	Si	María Rosa Papamija 3206246924
Nuevo Milenio Supermercado	Queremal	Abarros, licores, verduras, carnicería, purines	Si	Jhonathan Restrepo 3117038828
Los Paisas Miscelánea	Queremal	Diversidad de productos para el hogar, alimentos, insumos, etc	Si	Alejandro Maya 3168701033
Autoservicio Puntocolombia	Queremal	Abarros, carnes frías, licores verduras, purinas	Si	Medardo Murcia
Punto de Encuentro (Fruver)	Queremal	Verduras, frutas, carnes frías y abarros	Si	Patricia Elena Mena 3167131587
Minimercado mi ahorro	Queremal	Abarros y verduras,	Si	Jeny Vargas 3153100751
Tienda la Bodega	La Cascada	Mecatería, bebidas como arrechon, crema de viche, curado, huevos, pollo de engorde	No	Ana Flor Alegría 318 7629492
Estadero la Torre	La Cascada	Abarros, bebidas gaseosas y mecato	Si	Blanca Pedroza 318 2855656
Tienda el Placer Alberto	La Cascada	Licores, abarros, mecato	No	Alberto Claudio Gómez 317 7001866
Tienda Colombia	La Cascada	Mecatería, gaseosas	No	Rocío Colombia Bedoya 3156568283
Rosa Candela	La Cascada	Mecato, licores y bebidas gaseosas	No	Marino y Milena 3188633481
Tienda el Compadre	La Cascada	Abarros, verduras, bebidas gaseosas lácteos, mecato y fritanga	No	Lesvi Dora Muñoz 3137274245
Playitas	La Cascada	Mecato, licores y bebidas gaseosas	Si	Jhosman Colorado Mendoza 3187311687
Super tienda Mercatodo	La Cascada	Abarros, mecato, lácteos, Bebidas Gaseosas, licores, verduras, heladería, carnicería, carnes frías y panadería	No	Norely Mendoza 3173585350

## Reporte de Guías de Turismo

En el territorio no se registraron guías de turismo certificados, es decir, que tengan una formación como Tecnólogos en Guianza Turística del SENA. Sin embargo, la mayor parte de los asistentes a los talleres participativos cuentan con formación básica en turismo realizada por el SENA, y se está finalizando un proceso con Parques Nacionales de Colombia en el cual se certificarán a personas de la comunidad como intérpretes del patrimonio cultural y natural por medio Registro de Prestadores de Servicios Asociados al Ecoturismo (REPSE).

### Otros operadores

Tabla 22 Prestadores de servicios turísticos que no pertenecen a la cuenca, pero hacen presencia en el territorio en articulación con los prestadores locales.

Prestador de servicios	Ubicación	Tipo de servicio	Formalidad	Capacidad de atención
Viajes Che	Cali	Operador Turístico	Con RNT	Cesar Giraldo 3008390810
Biotácora Colombia	Dagua	Agencia de Viajes y Operador Turístico	Con RNT	Lina Bautista 3203463038
Ecocaminantes	Cali	Operador Turístico	Con RNT	Daniel Giraldo 3225359619

#### 2.4.2 Análisis estratégico

Para la elaboración del análisis estratégico se llevó a cabo un análisis de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA) de los establecimientos de servicios turísticos, además de analizar el desarrollo y fortaleza que en el territorio posee la superestructura turística, para lo cual se consultó el plan de desarrollo del municipio de Dagua 2020 -203, los diferentes proyectos y acciones que este contempla en cuanto temas turísticos, así como el Plan Estratégico de Turismo de Dagua 2020 -2023, donde se dejaron establecidas seis líneas estratégicas.

También se realizaron salidas de campo para el reconocimiento de la oferta, entrevistas a propietarios de establecimientos y un taller de perspectivas del territorio, en donde se recogieron testimonios de los líderes del territorio. Durante las actividades mencionadas anteriormente, se evidenció que gran parte de la actividad turística del territorio se desarrolló como iniciativa de las comunidades por afluencia de turistas y visitantes, es decir, se presentó como consecuencia de los diferenciales del territorio en su oferta más no como una actividad planificada desde sus inicios. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

Tabla 23 Análisis DOFA: Establecimientos Asociados al Turismo de Naturaleza en la Cuenca del Río Anchicayá (Fortalezas y Debilidades)

Fortalezas	Debilidades
Disposición de los prestadores de servicios para articular los eslabones de la cadena productiva del turismo.	Bajo nivel de conocimiento en normas técnicas sectoriales y en turismo sostenible
Prestadores de servicios capacitados en turismo con conocimientos básicos	Escaso bilingüismo en la oferta de servicios
	Baja formación en procesos de gestión empresarial



Fortalezas	Debilidades
<p>Prestadores de servicios conscientes del turismo como estrategia de conservación y desarrollo económico local.</p> <p>Conciencia de asociatividad entre los prestadores de servicios turísticos del territorio para brindar experiencias integrales</p> <p>Conformación del comité de turismo de la cuenca como ente que gestionará el turismo en la zona con planes a corto y mediano plazo.</p> <p>Alta disponibilidad de la oferta durante las diferentes épocas del año.</p> <p>Prestadores de servicios con disponibilidad de factores diferenciales como paisajes, senderos, ríos, charcos y cascadas para desarrollar actividades.</p> <p>Generación de bitácoras de visitantes para medir nivel de visitas e impacto económico en el territorio.</p>	<p>Bajo conocimiento de comercialización y promoción turística.</p> <p>Bajo nivel de negociación con agencias u operadores que llegan al territorio.</p> <p>Bajo acompañamiento institucional que apoye y regule el desarrollo de la actividad turística</p> <p>Escasa formalización turística: RNT</p> <p>Baja calidad de infraestructura vial para el acceso a lugar donde se presta el servicio</p> <p>Bajo saneamiento básico en los establecimientos</p> <p>Bajo formación en servicio al cliente y presentación personal</p> <p>Dificultad para determinar la capacidad de carga es espacios de alojamiento y alimentación</p>

Tabla 24 Análisis DOFA: Establecimientos Asociados al Turismo de Naturaleza en la Cuenca del Río Anchicayá (Oportunidades y Amenazas)

Oportunidades	Amenazas
<p>Aumento del flujo turístico en Colombia y el mundo en la tipología de turismo de naturaleza.</p> <p>Desarrollo de nuevas competencias laborales tanto para propietarios de establecimientos como para personal operativo.</p> <p>Procesos de erradicación de cultivos ilícitos voluntarios e ingresos a proyectos turísticos de naturaleza por parte personas reinsertadas</p> <p>Creación de productos gastronómicos como identidad de destino o como identidad propia de cada establecimiento gastronómico</p> <p>Punto de información turísticas donde se pueden promocionar y comercializar los productos y servicios</p> <p>Creación de experiencias turísticas temáticas por cada una de las modalidades o subproductos turísticos del turismo de naturaleza.</p> <p>Existencia de Patrimonio Cultural que se puede articular al turismo de naturaleza: ferias, fiestas, monumentos, gastronomía, historia, etc.</p>	<p>Existencia de conflicto armado y siembra de cultivos ilícitos que causa percepciones negativas en los turistas</p> <p>Bajo acompañamiento institucional – Alcaldía de Dagua y otras entidades para el desarrollo del destino.</p> <p>Crecimiento de la oferta de turismo de naturaleza en la cuenca sin lineamientos estratégicos para el desarrollo</p> <p>Bajo producción agrícola (soberanía alimentaria) en el territorio para la producción de alimentos: materia prima en la alimentación.</p> <p>Taponamiento de la vía Simón Bolívar por deslizamientos de tierra en temporada de invierno, la cual cierra el acceso a la mayor parte de atractivos.</p> <p>Destino con prestadores de servicios turísticos de naturaleza con mejor posicionamiento en el mercado.</p>

En cuanto a la superestructura turística, en donde deben estar involucrados la Alcaldía como ente rector y direccionador, la academia para identificar necesidades de formación, las asociaciones o gremios con sus asociados, autoridades ambientales, los colectivos, policía ambiental y de turismo, empresas privadas, y en general todas las diferentes instancias de participación ciudadana que puedan aportar al desarrollo del turismo en el territorio. No se observa una articulación que permita trabajar en líneas estratégicas y/o problemáticas existentes en la cuenca, por el contrario, la comunidad manifiesta una presencia muy baja de estos actores, especialmente de la alcaldía.

El Plan de Desarrollo de Dagua 2020 -2023 plantea en el PROGRAMA 4.5.2.1: APOSTEMOS A CRECER POR UNA DAGUA CON DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL, dar alcance al 30% de la implementación del plan sectorial de turismo e incluye dentro del programa los siguientes proyectos:

- **PROYECTO 4.5.2.1.1: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.** Capacitar a 200 personas prestadores de servicios turísticos, para el mejoramiento de conocimientos en normatividad, calidad de los servicios ofertados, normas bioseguridad COVID19, en procesos administrativos y procesos financieros, durante el cuatrienio
- Elaborar durante el cuatrienio dos (2) productos turísticos sostenibles, que incluyan las rutas y paquetes a ofertar.
- **PROYECTO 4.5.2.1.2: FORTALECIMIENTO A PROCESO DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL.** Implementar dos (2) estrategias para la promoción y comercialización de la oferta turística municipal (Un Fam Trip y una plataforma de negocios) durante el cuatrienio.
- **FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL.** Capacitar a 50 personas/año en temas de fortalecimiento y desarrollo empresarial.

De igual manera, el Plan de Desarrollo plantea el mejoramiento de factores transversales claves para el desarrollo sostenible del turismo como son el servicio de agua potable y saneamiento básico, desarrollo comunitario, infraestructura en salud, fortalecimiento del arte y la cultura, asistencia a víctimas del conflicto armado, fortalecimiento de procesos de educación ambiental; restauración y conservación de ecosistemas, implementación de los planes de saneamiento y manejo de vertimientos, desarrollo rural sostenible, mejoramiento producción agrícola, asistencia para para producción pecuaria y soberanía alimentaria, mejoramiento de vías para el desarrollo local , mejoramiento del alumbrado público, entre otras que son transversales al turismo.

Por otro lado, el Plan Estratégico de Turismo de Dagua 2020 -2023, dejó marcado como objetivo general “avanzar en el fortalecimiento del municipio de Dagua como un destino biodiverso, sostenible, competitivo, responsable e integral, gestionando a partir de estrategias planificadas y concertadas con eficiencia donde participen todos los actores y sectores interesados. Así mismo, deja como líneas estratégicas la competitividad empresarial, el desarrollo de la capacidad institucional, infraestructura, comunicaciones y tecnología turística de calidad y prevención y mitigación del riesgo.

Lo anteriormente planteado traza un lineamiento para que la administración municipal articule a los actores asociado al turismo directos e indirectos y lidere acciones que permitan trabajar en la gestión del destino desde la seguridad. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022).

## 2.5 Análisis de percepción comunitaria

Comprende la realización de los siguientes talleres con la comunidad:

### 2.5.1 Desarrollo del Taller Perspectiva Territorio Turístico Deseado

Este taller invita a los participantes a construir desde lo individual a lo colectivo una visión compartida e integrada del Territorio Turístico deseado. De esta forma el insumo final de este taller es una percepción prospectiva y colectiva sobre dónde se quiere llegar como destino turístico de naturaleza y como el producto turístico puede ayudar a consolidar dicho ideal.

### 2.5.2 Foro Análisis de Tensores Territoriales para el Turismo de Naturaleza:

Este taller invita a los participantes a construir desde lo individual a lo colectivo una visión compartida e integrada del Territorio Turístico deseado. De esta forma el insumo final de este taller es una percepción prospectiva y colectiva sobre dónde se quiere llegar como destino turístico de naturaleza y como el producto turístico puede ayudar a consolidar dicho ideal proporcionando ideas prácticas como soluciones abordadas desde la proyección de un destino turístico.

La metodología diseñada para abarcar este objetivo contempla ejercicios participativos para la identificación colectiva de las problemáticas más relevantes para la comunidad con respecto a la actividad turística proyectada en alineación con los impactos identificados a partir del ejercicio de la evaluación y priorización de impactos realizado por el equipo técnico. Mapas de problemas que posteriormente son contemplados en la definición del paisaje soñado o territorio soñado por la comunidad, en el cual se manifiesta el deseo individual y colectivo de una visión de paisaje futuro para el territorio contemplando como eje la actividad turística en proyección.

De esta manera la estructura del taller se llevó a cabo en cuatro momentos correspondientes a:

1. Identificación de los impactos más relevantes del ecoturismo en la cuenca del Río Anchicayá.
2. Foro de análisis de tensores y problemáticas actuales y generación de posibles soluciones para la minimización de los impactos negativos asociados al turismo.
3. Foro de priorización de acciones encaminadas a la mitigación de los impactos negativos asociados al turismo.
4. Taller de co-creación de diseño del paisaje soñado.
5. Planteamiento del esquema de un plan de acción basado en los resultados anteriormente analizados.

- 1) Identificación de los impactos más relevantes del ecoturismo en la cuenca del Río Anchicayá por parte de la comunidad.

De acuerdo con el primer análisis de la documentación y del desarrollo de entrevistas y encuestas, y partiendo de la lista de impactos ambientales negativos identificados en cada uno de los sitios de visita, se evaluaron cada uno de ellos a partir de los siguientes criterios:

- 1) deterioro ambiental,
- 2) otras presiones antrópicas,
- 3) satisfacción del visitante,
- 4) viabilidad del manejo del impacto,
- 5) salud pública y
- 6) seguridad



Como es sugerido en la Guía Metodológica para el monitoreo de impactos del ecoturismo y determinar capacidad de carga aceptable en la Unidad de Parques Nacionales Naturales de Colombia. A partir de este ejercicio se seleccionaron los impactos con mayor prioridad asociados al ecoturismo en la cuenca de Anchicayá, así:

- 1) Contaminación por inadecuado manejo de residuos sólidos
- 2) Pérdida de Biodiversidad
- 3) Contaminación del agua
- 4) Pérdida de identidad y arraigo cultural (Este último si bien no es considerado dentro del análisis de la guía metodológica, es un impacto relevante para el desarrollo cultural en el turismo de la región y sus comunidades)

- 2) Foro de análisis de tensiones y problemáticas actuales y generación de posibles soluciones para la minimización de los impactos negativos asociados al turismo.

Impacto: CONTAMINACIÓN POR INADECUADO MANEJO DE RESIDUOS

**Lo que se está haciendo:** capacitarnos para empezar a apropiarnos y responsabilizarnos de la problemática.

**SOLUCIONES:**

Realizar un recibimiento a los turistas para sensibilizarlos acerca del sitio en el que están y de las reglas para el manejo de los residuos para tomar conciencia.

Aprovechamiento de los residuos orgánicos, promover el uso de compostaje y fabricar abono para áreas de cultivos orgánicos dentro del programa de PRAE y de pedagogía para niños como el programa Ardillitas Juguetonas.

Seguir promoviendo estos procesos.

Promover el uso de termos para evitar la generación de residuos de envases.

Generar canales de comunicación y brindar información clara acerca de las reglas y los responsables institucionales para una adecuada disposición de los residuos sólidos.

Gráfico 13 Mapa de Problemas-Manejo de Residuos



**RESPONSABLES:** Cada uno desde nuestras casas replicar y enseñarles a otros.

Impacto: Pérdida de Biodiversidad

**Lo que se está haciendo:** Dar a conocer las buenas prácticas de turismo de naturaleza.

## SOLUCIONES:

Realizar campañas de adopción y de esterilización.

Manejar las huertas orgánicas, uso de compostaje que puede dar un valor agregado a nivel turístico, sobre todo para turistas extranjeros quienes valoran que se les ofrezcan productos orgánicos que sean cultivados localmente.

En las zonas urbanas el uso de la PTAR y en las zonas rurales usar los biodigestores que realiza un tratamiento de aguas residuales que produce un biogás que se puede usar para una secadora de ropa con una secadora industrial híbrida que funciona con gas propano y gas metano.

Promover y realizar cultivos alternativos con corredores biológicos y evitar los monocultivos.

Gráfico 14 Mapa de Problemas-Pérdida de Biodiversidad



**RESPONSABLES:** Cada uno desde nuestras casas y replicar y enseñarles a otros (vecinos y visitantes).

Promover la conservación a través de la Fotografía.

Impacto: Contaminación del agua

**Lo que se está haciendo:** Se está avanzando en la implementación del PSMV (Plan de saneamiento y manejo de vertimientos para el corregimiento de El Queremal), a través del cual se logró que la CVC aprobara la financiación de los estudios y diseños para construcción de la PTAR en El Queremal. También se ha realizado recorridos de identificación de áreas aptas para la implementación de SITARES (sistemas individuales de tratamiento de aguas residuales).

## SOLUCIONES:

Hacer uso de sistemas de tratamiento de aguas en nuestras viviendas y negocios.

Promover e implementar el uso de baños secos.

Promover el reciclaje de aceites usados para fabricar veladoras y venderlas para su uso en la virgen de la vereda El ENGAÑO.

Implementar otro tipo de sistemas que descontaminan el agua como hacer uso de plantas que purifican el agua para verterla en los ríos ya descontaminada.

Realizar mingas comunitarias para la fabricación de pozos sépticos para familias que no tienen los recursos necesarios para fabricarlos por sus propios medios.

Gráfico 15 Mapa de Problemas-Contaminación del Agua



**RESPONSABLES:** Todos, comunidad general, visitantes, comerciantes, ganaderos, campesinos en el uso de agroquímicos.

Otros: Alcaldía, policía, JAC.

Como principales responsables somos quienes estamos recibiendo estas capacitaciones para replicar la información y orientar al turista para fomentar el cuidado del medio ambiente y dar a conocer los esfuerzos que se realizan.

**Impacto:** PÉRDIDA DE IDENTIDAD Y ARRAIGO CULTURAL

**Lo que se está haciendo:** Fomento de eventos y festivales como Anchicayá Viva desde hace 4 años, festival de medio ambiente, el cual habla de todo el territorio del pacífico y la región del Río Anchicayá

**SOLUCIONES:**

Artesanías con temática de avistamiento de aves, flor del Quereme, el río San Juan haciendo alusión a nuestro territorio.

Fabricación de Artesanías con materiales reciclables como las materas decoradas, fueron las más vendidas en el festival, junto con los porta-celulares de aves de la región.

Instrumentos musicales como la zampoña, empezamos desde los jardines infantiles e instituciones educativas, promoviendo "Hacer nuestras cuerdas caseras" programa de fabricación de instrumentos de cuerda.

Promover emprendimientos innovadores y sostenibles con materiales biodegradables.

Generar y promover la cultura ambiental.

Empoderamiento de la comunidad como alternativa de cambio.



Gráfico 16 Mapa de Problemas- Pérdida de Identidad y Arraigo Cultural



**RESPONSABLES:** Todos somos responsables de conservar nuestra identidad.

- 3) Foro de priorización de acciones encaminadas a la mitigación de los impactos negativos asociados al turismo.

Para esta actividad se llevó a cabo un foro para compartir de manera colectiva la perspectiva de cada uno de los asistentes acerca de las principales problemáticas asociadas al turismo.

Inicialmente se identificaron los 4 principales impactos del turismo así:

Fueron identificados adicionalmente algunas problemáticas que se asociaron a los impactos principales en el territorio y algunos aspectos nuevos identificados en lo económico, ambiental y sociocultural, los cuales se organizaron a continuación en orden de prioridad según su votación así:

1. Contaminación por inadecuado manejo de residuos sólidos (13 votos)
2. Contaminación del agua (8 votos)
3. Pérdida de Biodiversidad (2 votos)
4. Pérdida de identidad y arraigo cultural (7 votos)
  - Falta de sentido de pertenencia y empoderamiento en el arraigo cultural (5 votos)
  - Pérdida de tradiciones y actividades del campo por desarrollo de actividades turísticas (4 votos)

En lo económico:

- No hay soberanía alimentaria y no hay agricultura (7 votos)
- Falta de acuerdos comerciales entre locales (4 votos)
- Desconocimiento de opciones de apoyo y financiación (3 votos)
- Productos de afuera más económicos que los producidos localmente (2 votos)
- Los cultivos de uso ilícito generan muchos más ingresos (2 votos)

En lo sociocultural:

- Ausente relevo generacional (6)
- Situación de orden público (5)
- Bajo interés de la comunidad en estudiar o capacitarse (4)
- Falta de compañerismo y asociatividad (4)

En lo institucional:

- Débil Gobernanza (14)
- Construcción desregulada en la orilla de la carretera (8)
- No hay control ni seguimiento institucional (2)

Adicionalmente se identificaron algunos aspectos positivos frente al turismo:

- Hay demanda de turistas (1)
- El turismo de naturaleza se encuentra en auge a nivel mundial (4)
- Hay interés de algunas personas en el desarrollo del turismo (1)

Figura 37 Priorización de acciones encaminadas a la mitigación de los impactos negativos asociados al turismo.



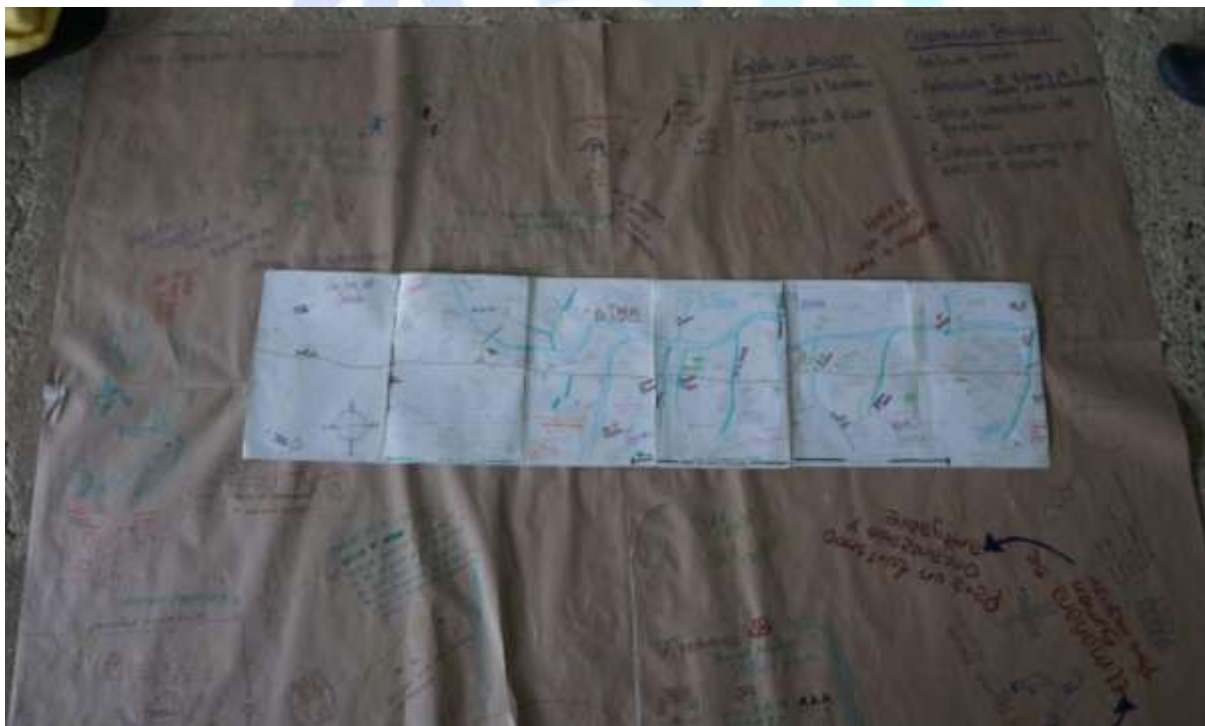
Es de suma importancia resaltar que la problemática de la débil gobernanza local es un asunto de alta prioridad para el desarrollo de la actividad turística en el territorio según la perspectiva de los asistentes, y que es evidente que ello repercute a su vez en varias problemáticas en torno al control de actividades enmarcadas en la actividad turística.

#### 4) Taller de co-creación de diseño del paisaje soñado.

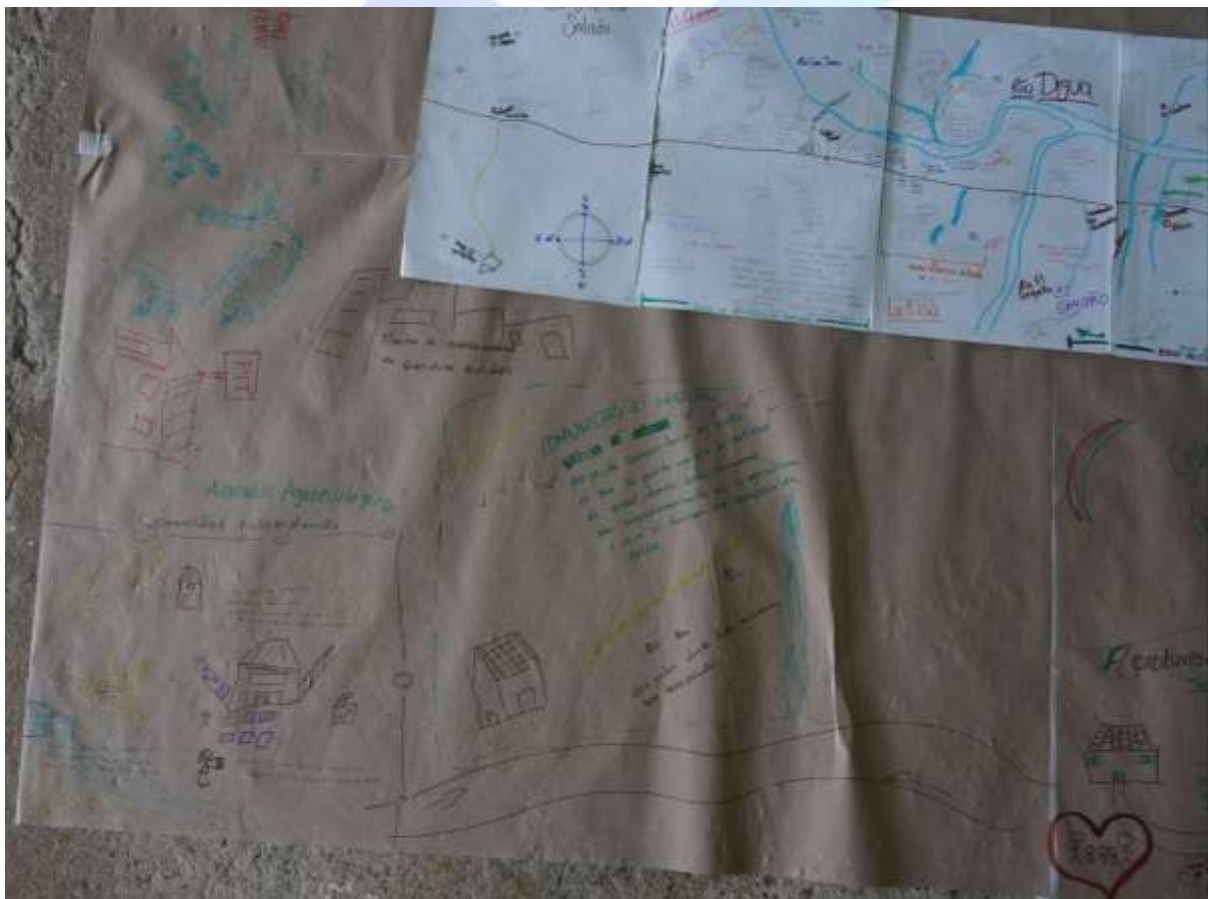
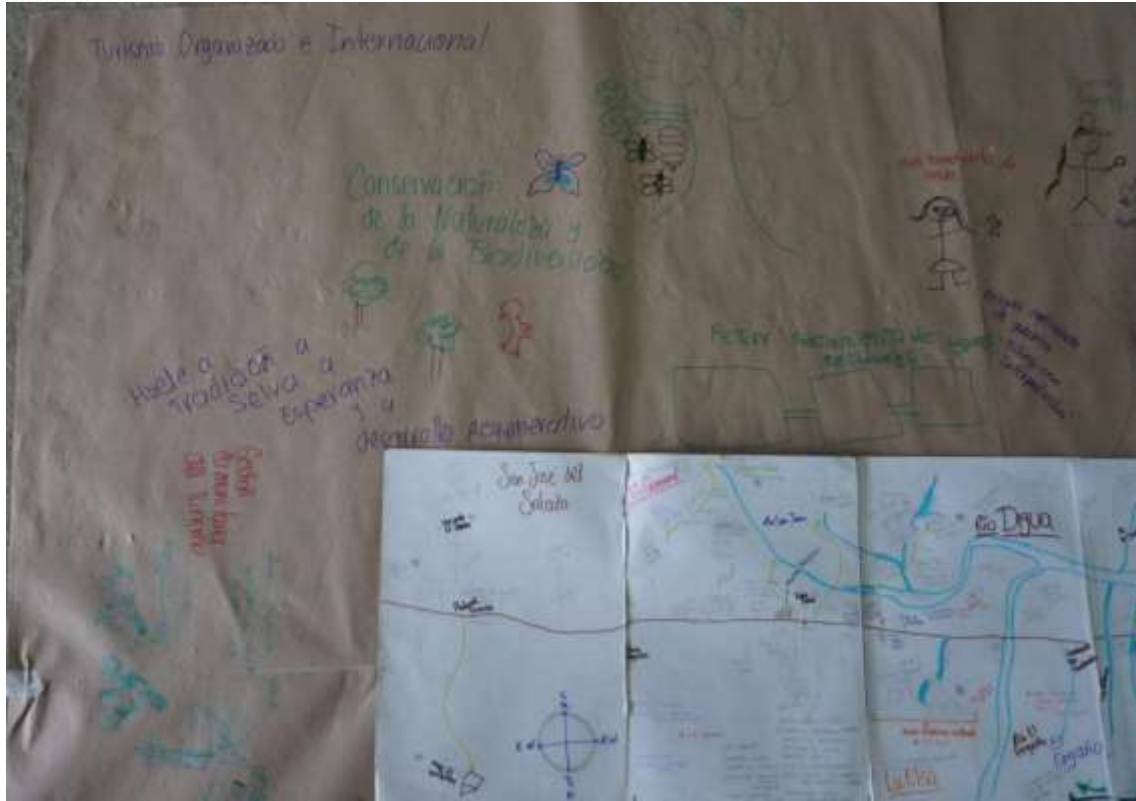
Mediante la ayuda gráfica de un mapa de inventario turístico que se desarrolló con actores clave como líderes comunitarios y actores de las instituciones, se plasmó un mapa a mano de los principales establecimientos comerciales o institucionales con la finalidad de ubicar al equipo técnico y consolidar un referente para la comunidad. Este mapa se empleó como base de referencia para la construcción del paisaje soñado, la cual se desarrolló a partir de la perspectiva individual de cada participante, siguiendo la instrucción de plasmarse a sí mismo en acciones o actividades en el territorio soñado. Y luego a partir de la visión conjunta de ese paisaje, teniendo en mente los impactos identificados, y proyectando en el mapa el sueño colectivo del territorio deseado, articulando las diferentes visiones individuales hacia un producto de naturaleza acorde con esa visión y contemplando las problemáticas que actualmente se viven en el territorio, de esta manera construir el turismo con la motivación de buscar y dar solución para disminuir o evitar dichas problemáticas.

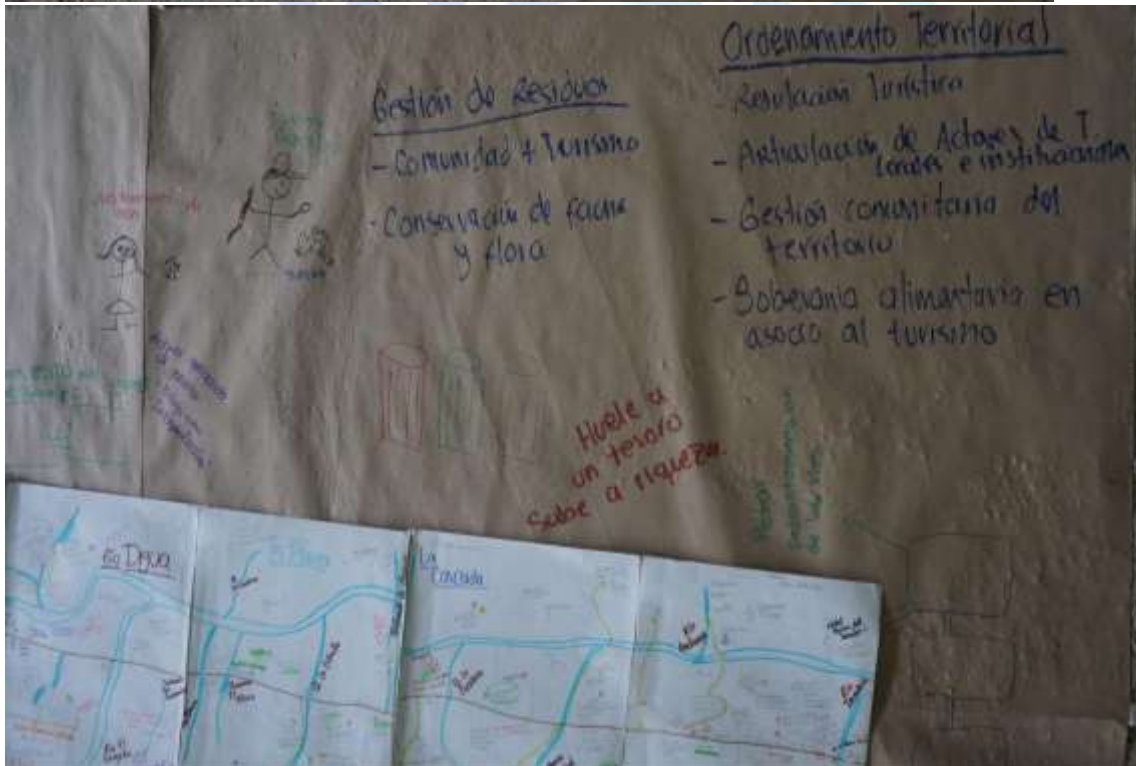
A continuación, en la **Figura 38** se muestran las fotos del mapa y del paisaje soñado con los aportes individuales de cada participante:

*Figura 38 Figura del mapa y del paisaje soñado con los aportes individuales de cada participante*









Entre los elementos más destacados de este ejercicio surgieron experiencias de la visión personal de cada participante respecto a las sensaciones y visión a futuro del destino, en las cuales se mencionaron la articulación de los actores locales e institucionales en la gestión sostenible y regenerativa del territorio, la oportunidad de desarrollar un destino con soberanía alimentaria en asocio a la actividad turística a través de experiencias de agroturismo, la conservación de la fauna y la flora a través del desarrollo de actividades turísticas relacionadas a su protección, el desarrollo comunitario a través de la consolidación del encadenamiento productivo y organizado de la oferta turística de manera

comunitaria, la gestión sostenible de los impactos del turismo especialmente en aspectos como el manejo adecuado de los residuos sólidos y aguas residuales.

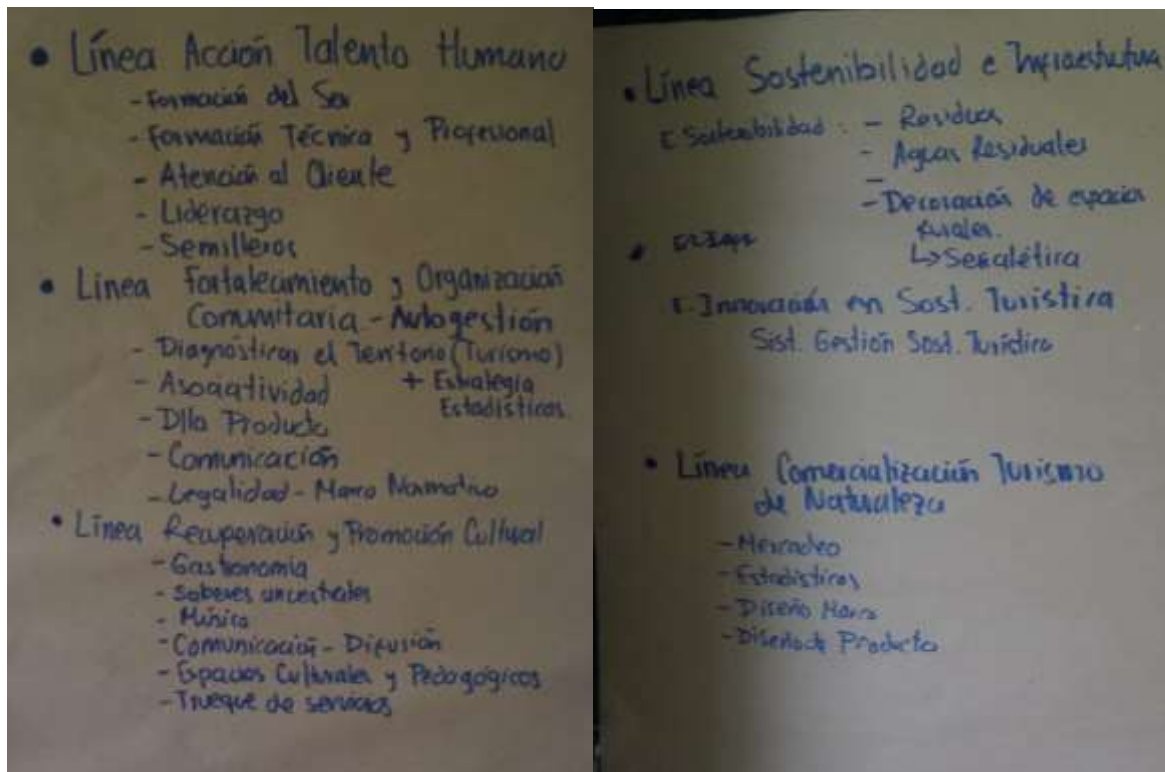
5) Planteamiento del esquema de un plan de acción basado en los resultados anteriormente analizados.

Planteamiento del esquema de un plan de acción basado en los resultados anteriormente analizados. Las líneas de acción definidas y priorizadas a partir del ejercicio de paisaje soñado y de la actividad de priorización de las problemáticas locales y de identificación de actividades encaminadas a la mitigación de los impactos negativos asociados al ecoturismo, fueron estructuradas de manera colectiva en un conversatorio de cierre, se definieron así:

- 1) Línea de Sostenibilidad e Infraestructura.
  - a) Estrategia de Sostenibilidad:
    - i) Gestión de Residuos
    - ii) Manejo de aguas residuales
    - iii) Decoración de espacios y señalética
  - b) Estrategia de Innovación en Sostenibilidad Turística
    - i) Implementación de Sistema de Gestión de la Sostenibilidad Turística
- 2) Línea de Comercialización en Turismo de Naturaleza
  - a) Estrategia de Mercadeo
    - i) Diseño de marca
    - ii) Diseño de productos
  - b) Estrategia de Información y Estadísticas
- 3) Línea de Talento Humano
  - i) Formación del Ser
  - ii) Formación Técnica y Profesional
  - iii) Atención al Cliente
  - iv) Liderazgo y trabajo en equipo
  - v) Semilleros
- 4) Línea de Fortalecimiento y Organización Comunitaria - **Autogestión Local**
  - a) Diagnosticar el territorio en el aspecto turístico
  - b) Asociatividad
  - c) Desarrollo de Producto
  - d) Comunicación
  - e) Legalidad - Marco Normativo
- 5) Línea de Recuperación y Promoción Cultural
  - a) Gastronomía
  - b) Saberes Ancestrales
  - c) Música
  - d) Comunicación - Difusión
  - e) Espacios Culturales y pedagógicos
  - f) Trueque de Servicios



Figura 39 Las líneas de acción definidas y priorizadas



Ver el **Anexo 13.2** los documentos de evidencia de este taller, resultados y hojas de asistencia.

### 2.5.3 Cálculo del Índice de Competitividad o Desarrollo Turístico para el destino:

Con el objetivo principal de identificar el nivel de gestión existente en el destino es preciso identificar cómo desde la práctica y la planeación se establecen herramientas para atender las necesidades territoriales que, una vez sean resueltas, proyecten una mejora en la calidad de vida de la comunidad que habita el territorio. Desde la cual, la actividad turística pueda ser incluida como parte del plan de desarrollo distrital, municipal y regional del destino; ya que a partir de ello se destinan recursos (humanos, físicos y financieros) para el fortalecimiento del sector, lo cual posibilita además el acceso a una oferta institucional y de recursos por parte del Viceministerio de Turismo, administrados a través de FONTUR.

En este orden de ideas, establecer el nivel de desarrollo turístico territorial se considera crucial al momento de evaluar el grado de crecimiento de un destino, siempre y cuando se identifiquen los elementos requeridos para alcanzar una mayor atención, gestión e inversión desde lo analizado. Razón por la cual, en el presente acápite se identificaron los componentes del sector, de forma tal que es posible explicar la interrelación de sus factores, causas y efectos en la búsqueda de un crecimiento

Así, mediante el ejercicio participativo de talleres comunitarios, se recogieron insumos de la percepción comunitaria de quienes hacen parte del destino, con lo cual fue posible calcular el índice de competitividad teniendo en cuenta la propuesta de Morales (2019), bajo cuatro factores principales: i) Superestructura o Gobernanza Turística, ii) Talento Humano, iii) Infraestructura, y iv) Promoción y Mercadeo; con cinco subcriterios en cada caso para un total de 20 indicadores, que como antecedente han sido utilizados en anteriores planes de desarrollo turísticos a nivel departamental dentro del Valle del Cauca.

Estos factores están compuestos por cinco componentes cada uno, para un total de 20 variables de medición. De los que, para cada uno de los indicadores, se definieron puntuaciones de cero (0) a cinco (5), establecidos por nivel de desarrollo - nulo (0), incipiente (1), bajo (2), medio (3), alto (4) e ideal (5) - según cada caso. De esta forma, se obtuvo un puntaje por eje de acuerdo con el porcentaje de relevancia asignado en el proceso de análisis tanto por oferta y como por demanda.

Finalmente, y después de esta ponderación numérica usando un diagrama tipo telaraña se calculó el índice de Competitividad o Desarrollo Turístico que determinó 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.

#### I. Superestructura o Gobernanza Turística:

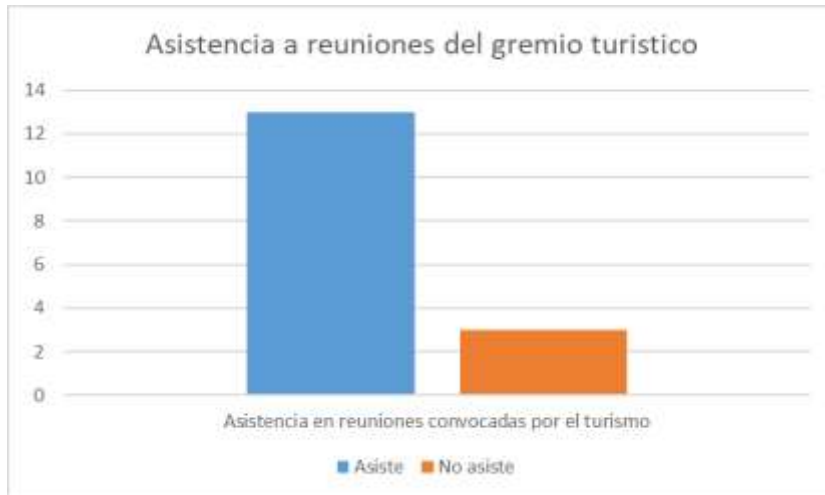
FACTORES PRINCIPALES	VARIABLES DE MEDICIÓN
Superestructura o Gobernanza Turística	Relacion entre lo público y privado a favor del turismo de naturaleza
	Nivel de desarrollo del turismo de naturaleza para el territorio desde la Secretaría Municipal de Turismo
	Nivel de desarrollo de Planes y Diagnósticos del turismo de naturaleza en el territorio
	Nivel de desarrollo de gremios de turismo de naturaleza en el territorio
	Nivel de participación de la empresa privada en el desarrollo del turismo de naturaleza

La cuenca del Anchicayá, además de la gestión propia del ente público - municipal, Alcaldía de Dagua, en el área de análisis del presente documento, existen tres instituciones de regulación con intereses específicos y roles previamente definidos .i) La gobernación del Valle - asociada al manejo de la Vía Simón Bolívar o Antigua vía al mar; ii) Parque Nacional Natural de Colombia que controla el manejo del área dentro del Parque Nacional Natural Farallones; y la Reserva del Río Anchicayá desde la Corporación Ambiental del Valle del Cauca - CVC.

En el caso específico del turismo, PNN y CVC actualmente se encuentran apoyando la creación de un programa de Turismo de Naturaleza, que hizo necesario construir un Plan de Turismo organizado, con el objetivo específico de “reducir los impactos ambientales que vienen siendo generados en las áreas protegidas y así continuar empoderando a los prestadores de servicios turísticos presentes en este corredor. CVC (30,11,2021). La Reserva del Río Anchicayá, en Dagua, tendrá su Programa de Turismo de Naturaleza (CVC,2021).

Por su parte, desde la aplicación de los talleres de percepción empresarial, se puede interpretar un acompañamiento participativo por parte de la comunidad de Operadores Turísticos del Corredor Queremal - Danubio. Líderes que a su vez participan en un Comité Técnico, sobre el cual se definen las propuestas y abordaje en cuanto a las necesidades de este sector. Además, a través de reuniones y talleres enfocados en el turismo, se establece una participación efectiva de un número considerable de operadores, que oscila en más de un 81% de los encuestados.

Gráfico 17 Asistencia a reuniones del gremio turístico

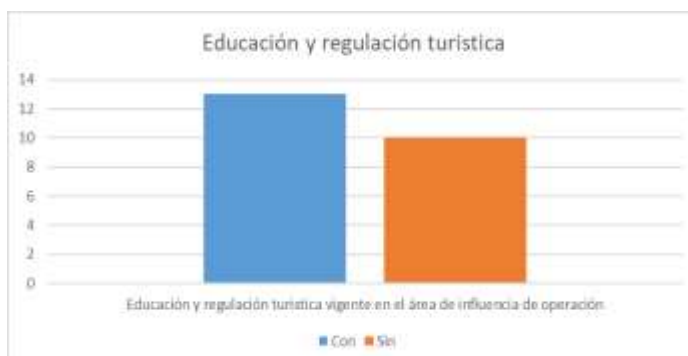


Otro rasgo analizado de la superestructura fue la credibilidad que posee en el territorio, frente al desempeño de la Entidad pública como regulador, educador y promotor activo de la circulación económica a partir del turismo. De la cual resulta: en un 56.5% favorable frente a la tarea educativa y reglamentaria; y en un 56,2% positiva de cara a la promoción turística. Hecho que se traduce en la necesidad de continuar con planes de sensibilización sobre el trabajo avanzado en articulación sectorial con el objetivo de elevar los valores de confianza que actualmente presentan estas organizaciones de control.

Gráfico 18 Percepción del rol público como promotor económico



Gráfico 19 Educación y regulación turística





En este sentido es bueno destacar que, si bien los roles de estas instituciones están centrados en la conservación ambiental, su vocación económica se encuentra estrechamente ligada a la forma en la cual la comunidad interactúa con el destino y protege sus recursos como fuente de ingreso y pervivencia territorial.

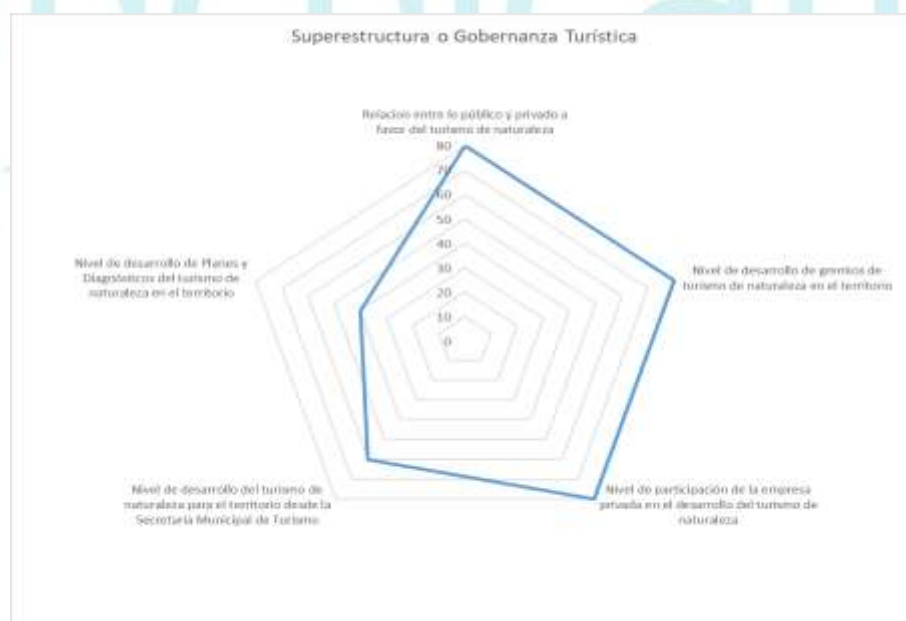
Por otra parte, la Gestión Pública local es vista desde los operadores encuestados en un 60% como una institución con capacidad administrativa y responsabilidades directas sobre los consensos desarrollados en esta área. Motivo por el cual su presencia es requerida en función al rol como autoridad local; tal como sucedió al momento de conformar un comité turístico en el marco de la Mesa Técnica Local, donde se solicitó de forma explícita la participación de la alcaldesa de turno.

Gráfico 20 Capacidad de gestión administrativa turística municipal



Una vez analizados los insumos de competitividad en materia de Superestructura puede observarse que una relación consolidada entre lo público-privado como factor de competitividad destacado, lo cual se mantiene en la capacidad del destino para formar agremiaciones con un alto nivel de participación. Sin embargo, se hace necesario la continuidad en la creación de herramientas para la gestión de la gobernanza turística por parte de la Alcaldía Municipal, tal como es el caso de una Secretaría de turismo que apoye la formalización de esta actividad y garantice la continuidad de planes y proyectos en esta materia.

Gráfico 21 Superestructura o gobernanza turística



## II. Talento Humano:

Talento humano	Grado de capacitación de los prestadores de servicios en temas de Turismo de Naturaleza
	Nivel de conocimiento de los prestadores de servicios sobre normas técnicas de sostenibilidad turística
	Nivel de formación tecnológica en temas de turismo en el territorio
	Nivel de profesionalización de los actores en el área protegida con relación al turismo
	Nivel de formalidad de los prestadores de servicios de turismo de naturaleza en el área protegida

En el ámbito turístico, los participantes presentan una calificación certificada asociada de forma directa a la asistencia que los operadores turísticos disponen de cara a los talleres y capacitaciones brindados por el SENA y la Cámara de Comercio de Cali.

De los casos analizados a través de encuestas, un 73,9% asume participar en formaciones relacionadas con el área que desempeña; lo que para el caso de manipulación de alimentos asciende a un 13% del total de servicios desarrollados y un 30% del total de la oferta gastronómica disponible.

Gráfico 22 Participación en capacitaciones

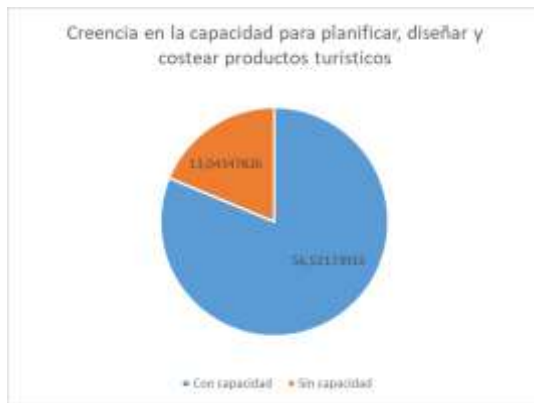


Gráfico 23 Certificación en Manipulación de Alimentos



En términos de operación, si bien el nivel de formación turística se demuestra incipiente, los prestadores de servicios locales consideran disponer de capacidades suficientes para planificar, diseñar y costear productos turísticos. Sin embargo, las características de su informalidad, reciente inserción en la industria turística - inferior a 5 años - y bajo alcance frente a las expectativas comerciales expresadas, en este gremio se refleja una gran necesidad por comprender el funcionamiento integral de un destino comunitario como producto turístico planificado.

Gráfico 24 Creencia en la capacidad para planificar, diseñar y costear productos turísticos



En cuanto a intereses, los encuestados hicieron referencia a la necesidad de ser capacitados siguiendo escalas de prioridades según el orden de intereses en cada uno de los casos:

Donde el lugar de importancia frente a la prioridad de capacitación estuvo centrado en el Alojamiento con un 26% del total; seguido por Guianza turística con 25%; Restaurantes con 22%; Agremiación con 14%; y Agencia de viajes con un 11%. De lo cual es preciso destacar que tanto Guianza como Alojamiento y Restaurantes son los principales renglones económicos asociados al turismo local que en la actualidad permiten obtener lucro a quienes participaron de esta encuesta.

Gráfico 25 Prioridad de Capacitación



Intereses formativos que a su vez se abordaron desde la identificación y ponderación de sub temáticas, a fin de clasificar las principales líneas de importancia desde la perspectiva operativa local:

En Alojamiento:

La prioridad está dada en el desarrollo de herramientas para la empleabilidad en un 17%; seguido de redes sociales con un 16%; imagen corporativa y presentación del personal en un 15%; Servicio al cliente en un 13%; Mercadeo en un 11%; Hotelería turística 11%; Manejo de dispositivos móviles 8%; y normatividad con un 5%.



Gráfico 26 Prioridad en Alojamiento



Áreas de importancia que en lo usual se asocia a requerimientos para aumentar el número de visitantes por sobre la cualificación de los emprendimientos. Es decir, los intereses están centrados en las alternativas para conectarse con las demandas a través de redes sociales, debido a la facilidad que estos medios proponen frente a la interrelación con segmentos jóvenes y grupos de viajeros enfocados en destinos de naturaleza.

En Guianza Turística:

Áreas de relevancia asociadas a las Relaciones Humanas con un 17%; la Educación Ambiental con un 17%; la Atención en Zonas de Flora y Fauna un 16%; Introducción a la Guianza Turística un 15%; Patrimonio regional, histórico y turístico un 14%; Normatividad y legalidad 10%; e Idiomas un 6%. En estas sub temáticas se identifica un alto interés en las interrelaciones sociales asociadas a la pedagogía ambiental y su vínculo con el patrimonio territorial; además en perspectiva se resalta un bajo interés frente a temas de bilingüismo, dado a que estas habilidades requieren largos plazos en preparación, sumado a las bajas expectativas en demandas internacionales ya que la procedencia frecuente de visitantes está centrada en lo local, regional y nacional.

Gráfico 27 Prioridad en guianza turística



### En Restaurantes:

Las áreas de relevancia de cara a la formalización del sector gastronómico están centradas en la Administración de recursos con un 17%, seguido de las Buenas Prácticas; Manejo de Precios; y Manipulación de alimentos; Administración e imagen del personal con 15% en cada caso; Servicio al cliente con 13% y Certificaciones con un 5%. Consideraciones que deben su interés a las necesidades de optimizar los recursos que hasta la fecha son percibidos en este tipo de actividad. Perspectiva general en la cual aspectos como la certificación presentan un bajo interés, ya que estas unidades productivas se encuentran en fases de desarrollo temprana, susceptibles de reorientaciones tanto en imagen como en el diseño de los productos hasta el momento ofrecidos.

Gráfico 28 Prioridad en Restaurantes



### En Agencias de Viajes:

Las temáticas de interés más sobresalientes están centradas en Alianzas y Atención a Clientes, con 15% cada una; Reconocimiento de productos regionales un 14%, Marketing digital y Normatividad con 11% cada uno; productos turísticos con capacidades funcionales diversas; constitución empresarial; y Organización de Agencias Locales con 10% cada una. Enfoque que desde la perspectiva local debiera estar enfocado en el componente de estrategias comerciales centradas en los valores singulares que hacen parte del ideal atractivo del destino.

Gráfico 29 Prioridad en Agencias de Viajes



### En Acción gremial

Los valores identificados como requerimientos formativos están orientados al Trabajo en Equipo con un 17%, Cooperativismo y Regulación de precios con 14% cada uno; Formulación de proyectos con

13%; Incentivos de asociatividad con 11%; Normatividad con 10%, Encadenamiento productivo con 9% y Administración contable con 8%. Frente a conceptos básicos de trabajo en equipo y cooperativismo, existen claras necesidades de asesoramiento a fin de comprender la relación que debe existir en todo modelo colectivo; y más aún cuando existen acuerdos frente a la regulación de precios por bienes y servicios similares. Por su parte, es bueno destacar la necesidad de destinos rurales emergentes en cuanto a la formulación de proyectos e incentivos en turismo comunitario, usualmente complejos por las capacidades exigidas al momento de estructurar, postular y administrar las propuestas en forma coherente, con presupuestos ajustados y personal calificado según las competencias exigidas en cada caso.

Gráfico 30 Prioridad en Acción Gremial



### Operativa turística:

En Operaciones Turísticas, los actores encuestados destacaron frente a las necesidades formativas el rol de la Guianza y recreación con 13%; Gastronomía y Servicio al Cliente con 11% cada una; Primeros auxilios, Contabilidad y Mercadeo con 9% cada una; Hotelería con 8%, Administración con 7%; Legalidad con 6% y Bilingüismo con 1%. En este sentido, destaca como en otros análisis anteriores la importancia del rol de contacto directo con los visitantes a la hora de consumir actividades primarias en el destino, como es el caso de la Guianza y la Gastronomía, de allí que los primeros auxilios sean un acápite de gran importancia para estos actores. Por otra parte, el bilingüismo nuevamente, como en otros análisis, queda relegado al último lugar debido al bajo interés presentado para optimizar habilidades que en lo usual no se presentan en la operativa turística de Anchicayá.

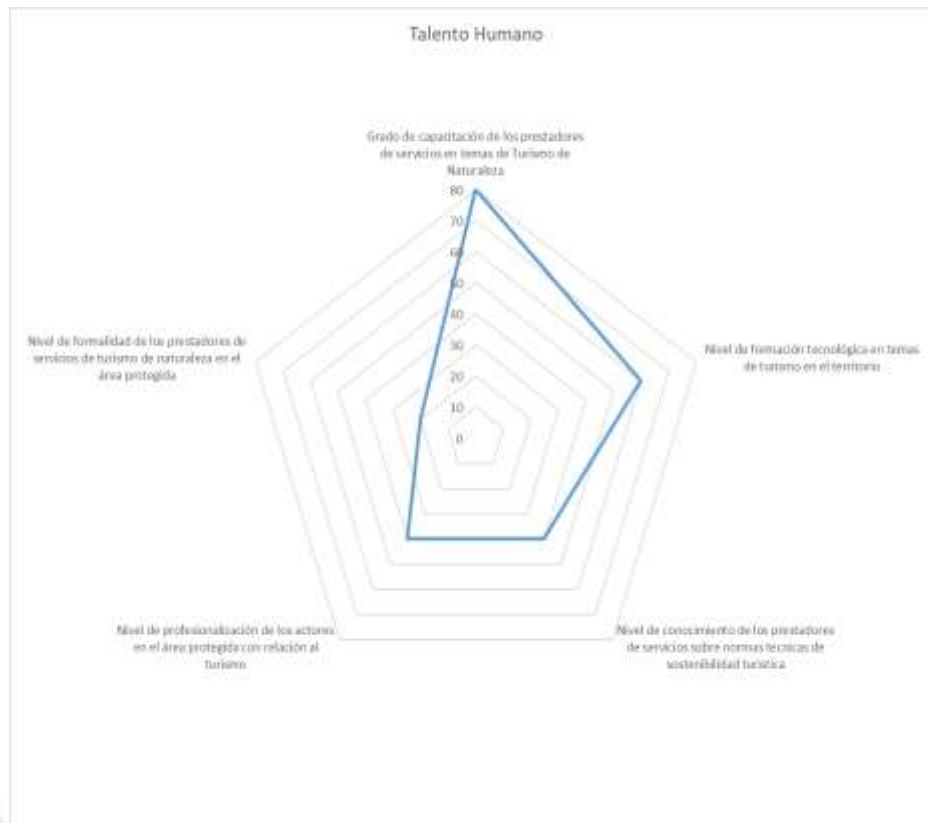
Gráfico 31 Prioridad en Operativa Turística





De esta forma se entiende que, por motivos de encontrarse en una fase temprana de implementación de esta industria en el destino, es necesario continuar de forma paulatina con labores de capacitación inicialmente en aspectos formativos que atiendan los requerimientos operativos más implementados por la comunidad oferente: Alojamiento - Guianza - Restauración. Ya que inicialmente sus incentivos están dados en la captación de recursos e identificación de oportunidades comerciales que en lo posterior deberán ser profundizadas desde el ámbito técnico y profesional. Para esto es necesario construir una base inicial sólida en la implementación básica de servicios y alternativas de aprovechamiento turístico que en lo posterior facilite la especialización de sus operadores.

Gráfico 32 Prioridad en Desarrollo del Talento Humano



### III. Infraestructura:

Infraestructura	Nivel de desarrollo de hoteles y restaurantes certificados para el turismo de naturaleza
	Nivel de desarrollo de atractivos turísticos para el turismo de naturaleza
	Nivel de señalización para el turismo de naturaleza
	Nivel de desarrollo de acceso a los atractivos de naturaleza
	Nivel de desarrollo de sitios de llegada para los turistas

Una de las principales dificultades a las que se ve expuesta la zona rural estudiada es la deficiencia en infraestructura adecuada en la circulación turística esperada. Situación que, como sucede en otras regiones del país, la coyuntura histórica de violencia y ausencia institucional han imposibilitado un programa de inversión continua que atienda las necesidades constantes de las poblaciones más apartadas a los centros urbanos de Colombia.

Aunado a esto, los cambios socioeconómicos abruptos producto de la pandemia y la inestabilidad política han provocado migraciones a zonas más despobladas, tal como es el caso de la Cuenca del Anchicayá. Así mismo, la realidad presente para los viajes de turismo implica cada vez más cualidades en adaptabilidad a condiciones altamente modificables que, como consecuencia, ha derivado en un incremento de las circulaciones locales como alternativa de esparcimiento turístico.

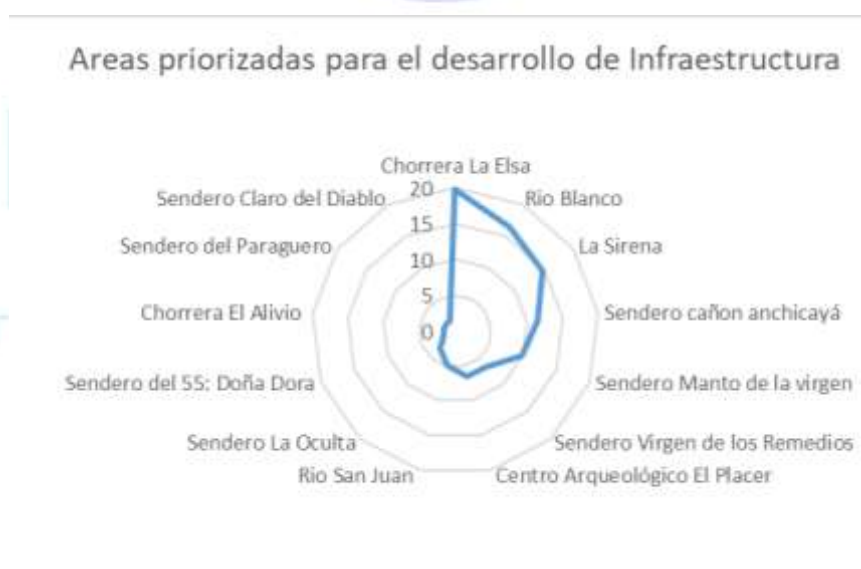
En este orden de ideas, áreas como la propuesta por la Reserva Nacional Forestal Protectora Nacional Río Anchicayá y su zona de influencia en la Cuenca Alta y Media del Río Anchicayá requieren fortalecer su acceso con el objetivo principal de contribuir a la generación de beneficios económicos y socioambientales para las comunidades que habitan este territorio.

En esta medida, se identifica la urgente necesidad de atender con inversión de recursos, públicos, privados y de cooperación, a la construcción, adecuación y mejora de infraestructuras turísticas que permitan un desarrollo competitivo e integral de la zona en estudio.

Por su parte, a través de los talleres de percepción empresarial a los operadores locales se les preguntó sobre los espacios que requieren un fortalecimiento prioritario en términos de mejoras de su infraestructura, a lo que se respondió siguiendo una escala de valoración. Como resultado, se observa en primer lugar la Chorrera La Elsa con un 19%; a Río Blanco con un 16%; La Sirena con un 14%; Sendero Cañón del Anchicayá con 11%; Sendero Manto de la Virgen con 9%; Sendero Virgen de los Remedios y Centro Arqueológico el Placer con 6% cada uno; Río San Juan con 4%; Sendero La Oculta con 3%; y Sendero Doña Dora, Chorrera El Alivio, Sendero del Paragüero y Claro del Diablo con 1% cada uno.

Entre los elementos más solicitados por la comunidad se encuentran acondicionamiento de i) senderos: acondicionamiento de caminos peatonales y disposición de facilitadores como escaleras, pasamanos, puentes y; ii) arreglos viales en zonas de alto riesgo por derrumbes y pendientes pronunciadas que pueden afectar a vehículos particulares.

Gráfico 33 Áreas priorizadas para el desarrollo de infraestructura

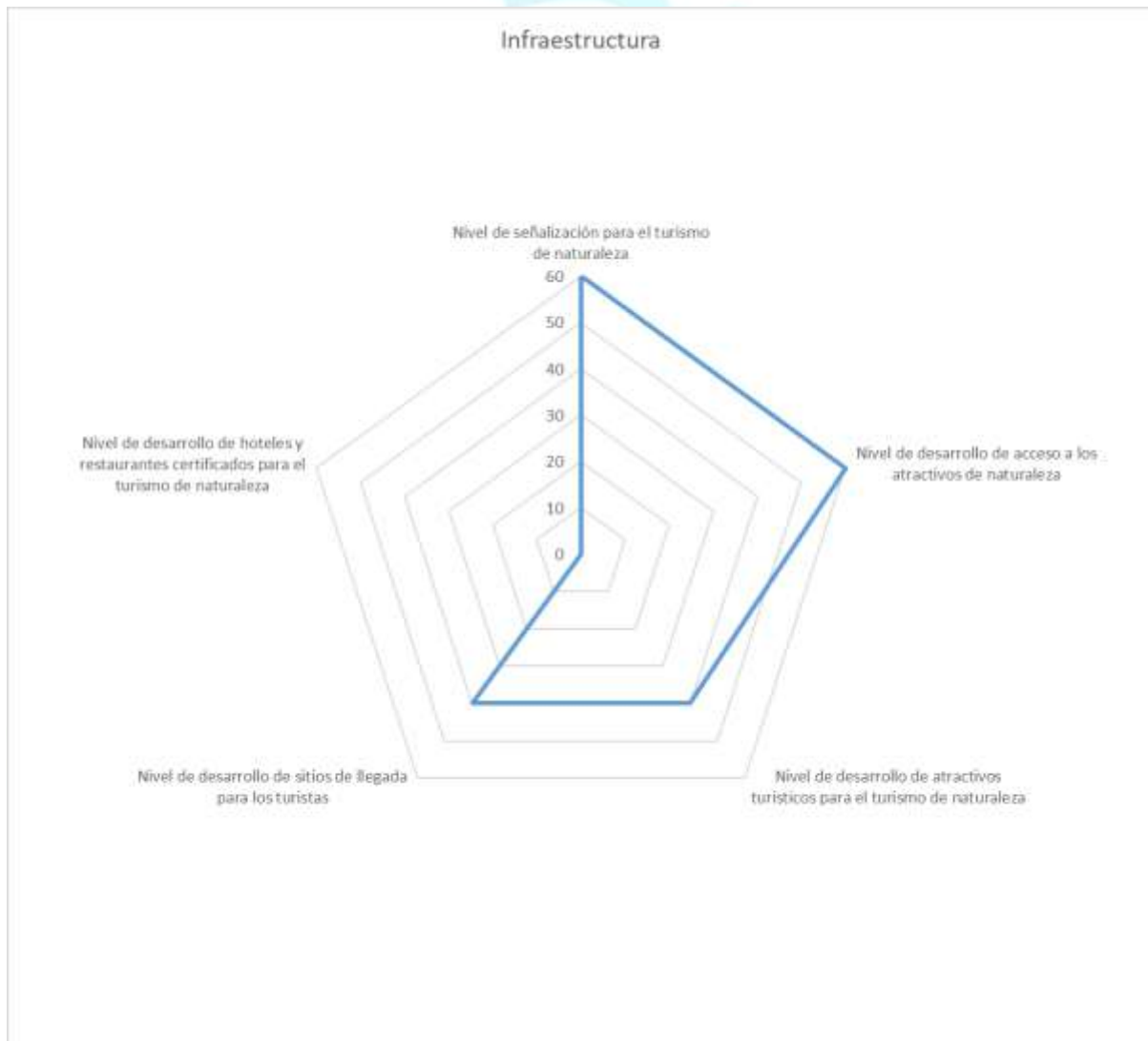


Así, en materia de Infraestructura es posible resumir que en la actualidad, si bien existen problemáticas de cara al acceso vehicular en sitios turísticos, por derrumbes en las vías de acceso, los atractivos principales de la región se localizan estratégicamente con puntos de accesos identificados con señalética ya establecida, la cual requiere de actualizaciones frente al estilo y diseños que se alcancen

en materia de concertación comunitaria de los operadores locales involucrados en el Plan de Naturaleza.

Por otra parte, producto de la fase temprana en la que se encuentra inmersa este destino, los aspectos asociados a la certificación operativa deberán ser contrastados con la identificación y comprobación de modelos que posiblemente se postulen como efectivos en términos de validación por su comunidad. Hechos que, solo desde la práctica puede establecerse como una certeza; ya que generalmente estas documentaciones se adquieren al momento de proyectar un alcance formal en un mercado a través de acuerdos comerciales y operativos que prometan ser lo suficientemente rentables y efectivos como para adquirir un tipo de inversión de estas características.

Gráfico 34 Prioridades en Infraestructura



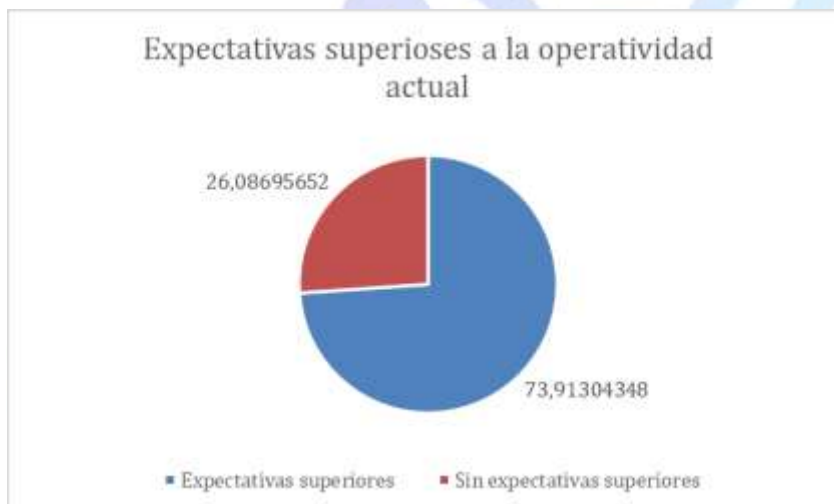


#### IV. Promoción y Mercadeo.

Promoción y Mercadeo	Nivel de desarrollo del producto de turismo de naturaleza
	Nivel de desarrollo del perfil de segmentos de mercados aptos para el producto de turismo de naturaleza
	Nivel de participación del sector turismo de naturaleza en ferias, eventos y ruedas de negocios regionales, nacionales e internacionales
	Nivel de desarrollo de propuestas de promoción y publicidad como atractivos de naturaleza para el mercado a nivel nacional e internacional
	Nivel de desarrollo de una marca local para los temas de turismo de naturaleza

En materia de desarrollo del producto en esta sección se abordó la priorización de acciones que deben atenderse con el objetivo de aumentar el nivel de crecimiento de los productos que la Cuenca de Anchicayá posee. Si bien entre los encuestados se hace evidente operativa turística en funcionamiento, en un 73% de los casos analizados a través de encuestas de percepción se identificó un bajo número de visitantes de cara a lo esperado; cifras que en general intentan superar los 20 turistas promedio al día de operación en el caso de actividades de senderismo.

Gráfico 35 Expectativas superiores a la operatividad actual



Operaciones que, desde las encuestas realizadas se identificaron que en un 39% de los casos eran privadas, seguidas de las operaciones comunitarias con un 26%, un 13% del total hacen parte a colectivos de artesanos y cooperativas sectoriales en cada caso; y un 8% refirió operar a través de las Juntas de Acción Comunal. Con lo cual se interpreta una gran diversidad de alternativas al momento de establecer ofertas del destino que, por sobre el sentido colectivo promovido por el gremio turístico, hoy es liderado por la empresa individual.

Gráfico 36 Rasgos organizativos



Con el objetivo principal de analizar las diferentes propuestas de servicios, a los participantes de los talleres se les preguntó sobre las ofertas que hacen parte del componente turístico del destino, identificando que estos están centrados en un 65% de los casos encuestados en la guianza e interpretación del área natural, en su mayor medida debido a la baja capacidad de inversión que es requerida para establecer a disposición de una demanda este tipo de actividades. Por su parte, la comercialización de paquetes turísticos es una propuesta que complementa las operaciones de guianza, disponibles de acuerdo con lo relevado en un 30% de los casos encuestados; seguido de transporte con un 21%, que en un 20% se conforma por semovientes; y por último se encuentran otros encadenamientos de servicios con un 13% que dan valor en contexto a las ofertas de este destino.

Gráfico 38 Transporte

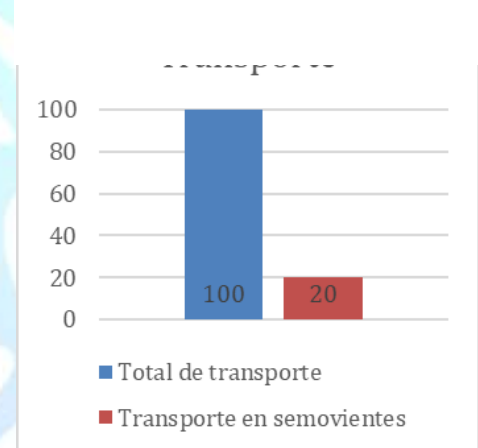
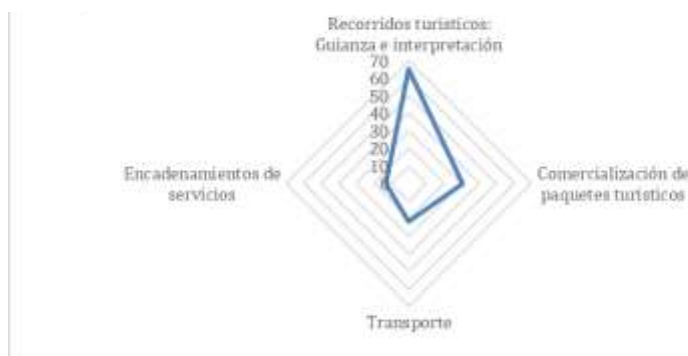


Gráfico 37 Disponibilidad de la Oferta

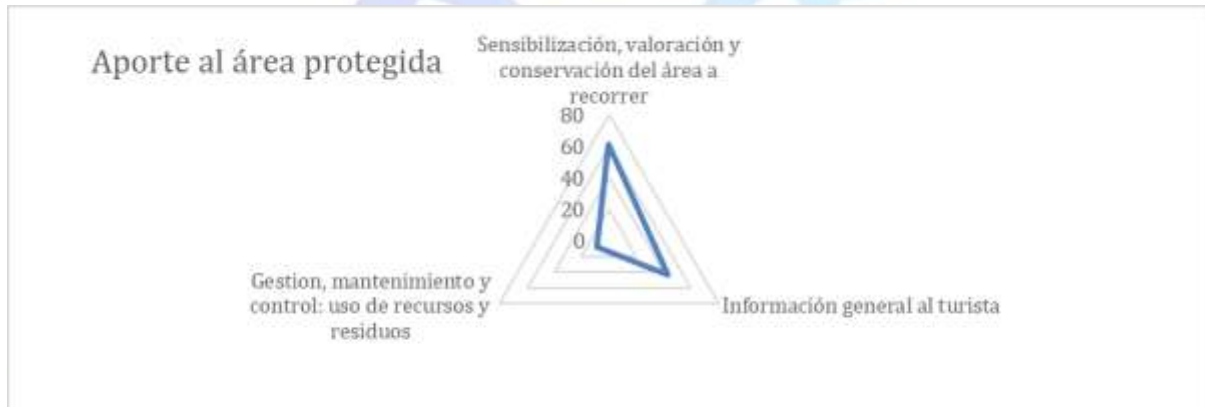


Sin embargo, cuando se profundizó más sobre sus servicios, las respuestas de estos oferentes dieron mayor relevancia a un mayor tipo de prestaciones dispuestas para los visitantes, como es el caso de alimentación, el alojamiento y las artesanías. La guianza y el acompañamiento de turistas es la constante sin dudas más reiterada, que en ocasiones se combina con otro tipo de prestaciones disponibles en la misma área donde se ejecuta la experiencia en sí. Cabe señalar la identificación de bebidas tradicionales como una alternativa poco desarrollada por la comunidad, aunque por su cercanía con el Pacífico es posible que se incremente en el tiempo, dándole otra connotación singular a las alimentaciones que hacen parte a la cultura Afro.



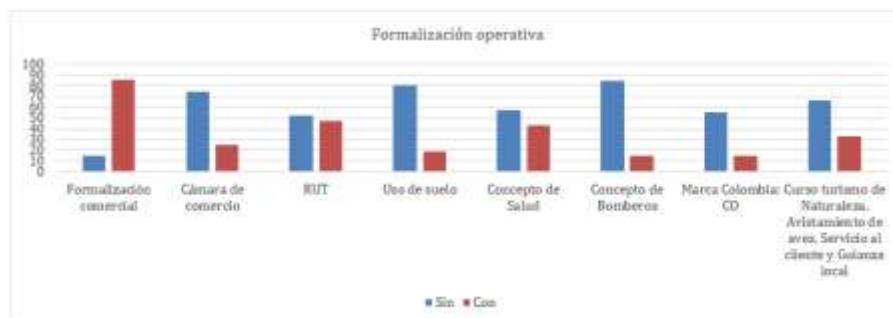
En términos transversales, a la comunidad encuestada se les preguntó sobre los distintos aportes que son necesarios en contraprestación al uso de área natural al momento de realizar las operaciones turísticas. De lo cual resalta la importancia por sensibilizar, valorar y conservar el área operativa; a la vez que se suscita la necesidad por informar a quien visita el destino. Además, en menor medida la comunidad abordó la premisa de mantener un control de la zona turística estableciendo el uso de sus recursos, direccionando a los visitantes en cuanto a información del destino y promoviendo la gestión responsable de sus residuos.

Gráfico 40 Aporte al área protegida



En cuanto a la formalización de las operaciones, al analizar la información recolectada con prestadores locales, se observa un bajo relacionamiento con las instituciones que regulan la actividad desde el plano público. Hecho que limita la visibilidad de este destino como área prioritaria para el desarrollo turístico y por lo tanto la oportunidad de acceder a líneas de inversión por parte del sector público.

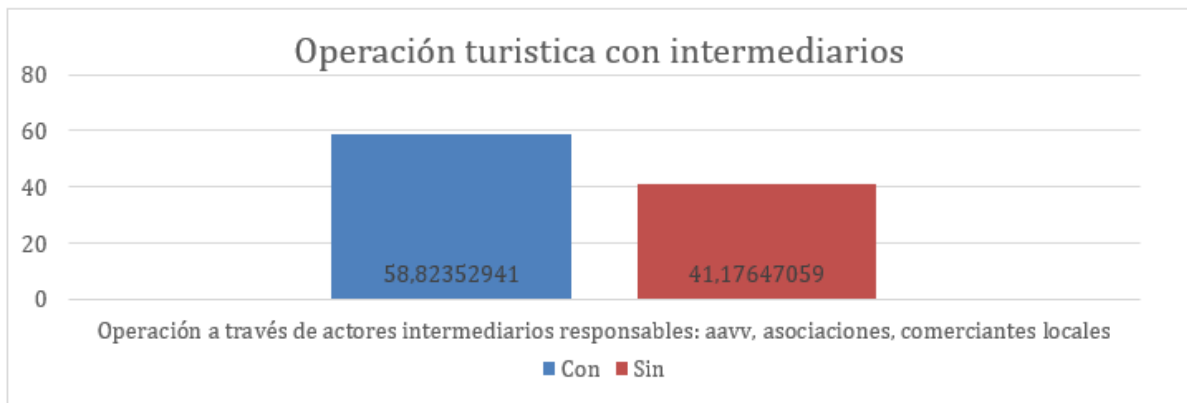
Gráfico 41 Formalización operativa





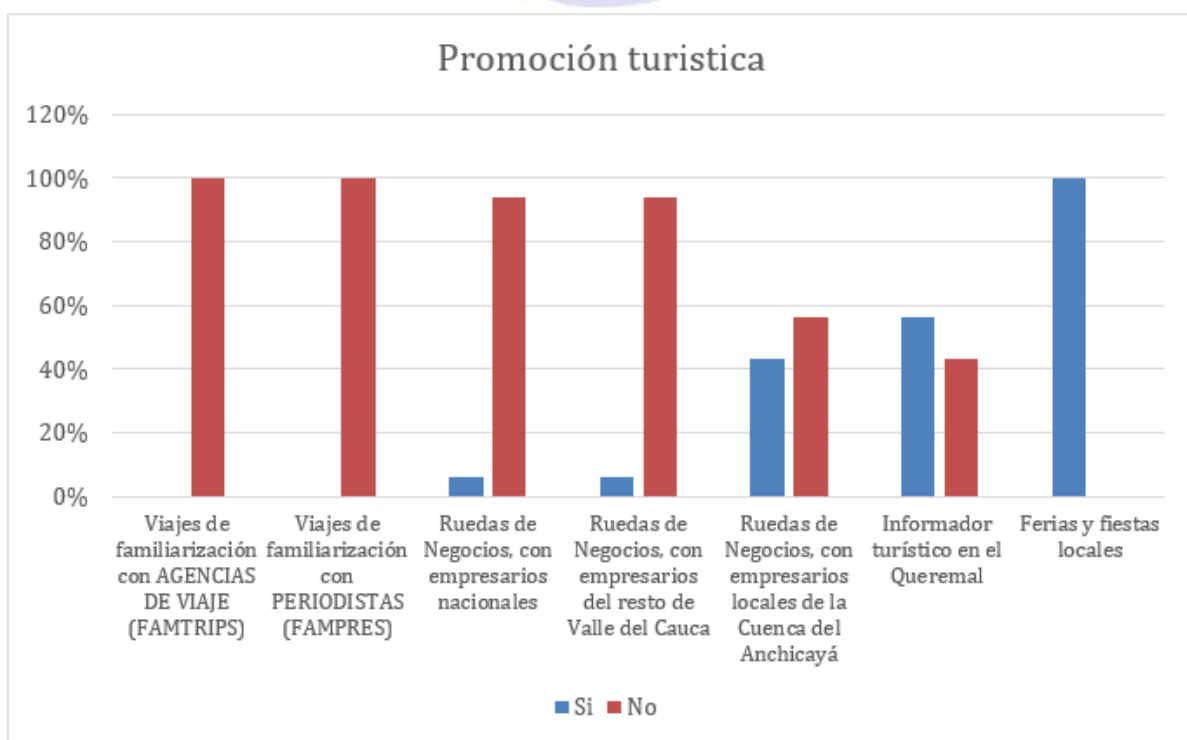
Un 58% de los operadores encuestados comentaron que sus actividades se encuentran interrelacionadas con actores intermediarios, que, desde su perfil como agencias de viaje, informadores o promotores locales, direccionan a quienes se trasladan por el destino hacia los distintos productos establecidos.

Gráfico 42 Operación turística con intermediarios



En cuanto al tema de promoción, al momento de capturar la información del taller participativo se observó un desconocimiento generalizado en conceptos básicos de promoción turística, tales como fam trips, fam press y ruedas de negocios. Por otra parte, las acciones en alianza comercial más implementadas han sido las ferias y fiestas locales, el informador turístico de El Queremal y las ruedas de negocios departamentales, en las cuales se han podido insertar los operadores locales como forma de diversificar la oferta consolidada del Valle del Cauca.

Gráfico 43 Promoción turística



La anterior información permite considerar la necesidad por fortalecer la capacidad de promoción que presenta el destino a través de campañas de incentivo a la formalización comunitaria, que aproveche el valor de sus ofertas con un mejor porcentaje de riesgo, ya que en muchas ocasiones los operadores privados carecen de la capacidad para atender las responsabilidades impositivas y fiscales que implica la venta de sus servicios. Para el caso de CVC y PNN, producto de la interacción institucional con la comunidad, en las encuestas abordadas, se identifica una participación efectiva en función a la promoción de actividades turísticas. Lo que concuerda, en el plano local, con la percepción de los encuestados del segundo taller de percepciones, quienes en un 56 % de los casos considera como positivo el rol que desde la alcaldía se ha dado a la promoción turística

Gráfico 44 Percepción de apoyo a la promoción de productos turísticos

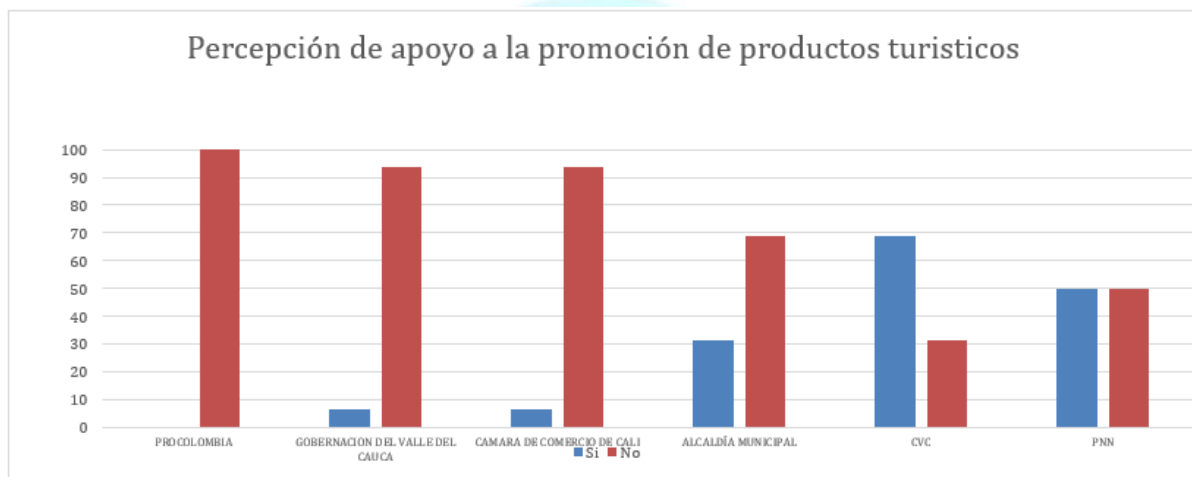
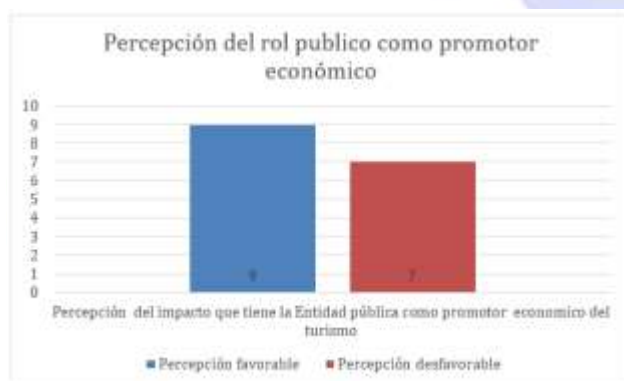


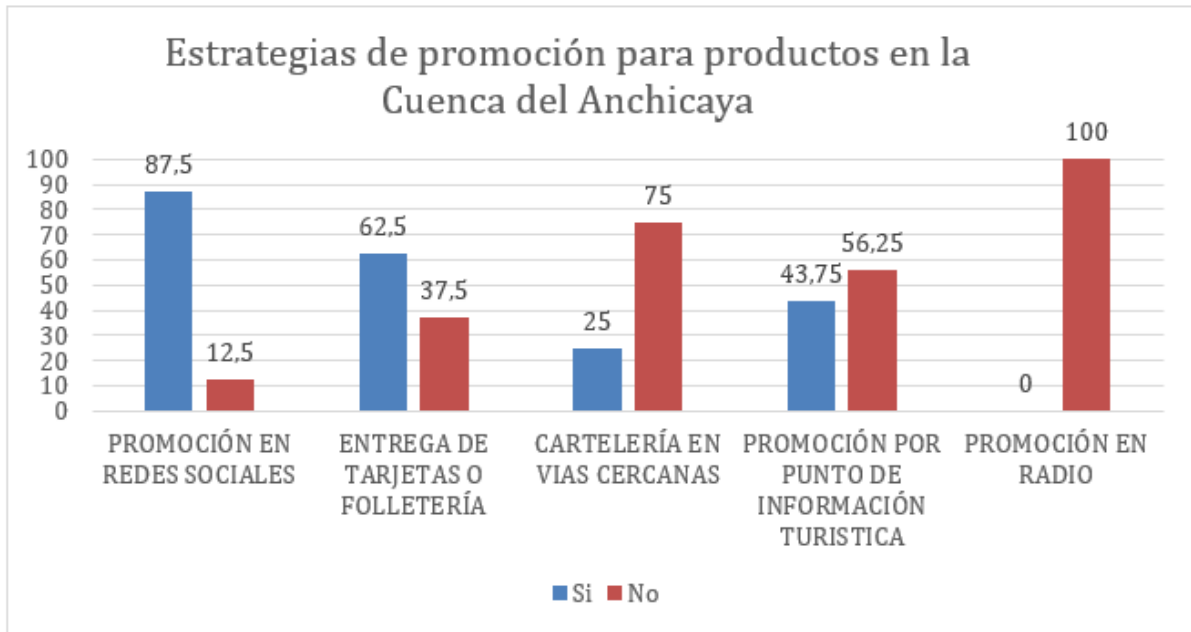
Gráfico 45 Percepción del rol público como promotor económico



En cuanto a la gestión efectiva de promoción para este destino, los prestadores locales emplean en forma empírica estrategias comerciales directas con visitantes a través de las redes sociales, debido a sus bajos costos percibidos por su carácter de gratuidad en accesos.

Además, algunos de los prestadores reparten tarjetas personales en las áreas metropolitana de Cali y El Queremal, con el objetivo de captar a visitantes sin planes previos en el destino, los cuales también son influenciados por la cartelera presente en las vías de acceso hacia los puntos de interés de la cuenca. En este último caso, cabe resaltar la baja coordinación en cantidad, calidad y tamaños de cartelera en la vía principal de la cuenca, hecho que genera una saturación del paisaje que caracteriza la naturaleza de esta región.

Gráfico 46 Estrategias de promoción para productos en la cuenca del Anchicayá



En materia de registros estadísticos, se observa un bajo índice de operadores que registran algún tipo de estadísticas, siendo en un 75% una labor asociada a operaciones en senderos turísticos, principalmente los relacionados con asociaciones, las cuales deben establecer un manejo de transparencia al momento de traducir el trabajo en utilidades para sus afiliados.

Gráfico 47 Registro estadístico de operaciones



Para el caso de los estándares de calidad, un 38% de los encuestados manifestó aplicar algún tipo de estándar en la realización de sus servicios, lo que deja ver que un 61% del total de los servicios ofrecidos se realizan sin planificación previa, lo cual ocasiona diferencias considerables entre dos operaciones consecutivas.

Gráfico 48 Aplicación de estándares de calidad



No obstante, además de mencionar que en su gran mayoría de los emprendimientos se encuentran activos, en un 56% de los casos estos operadores comentan haber operado más de 10 veces el último año. Con ello se denota una experiencia considerable que justifica su creencia acerca del reconocerse con capacidades para entender y adaptarse a los comportamientos y gustos de la demanda actual, en concordancia con las sugerencias realizadas por anteriores visitantes.

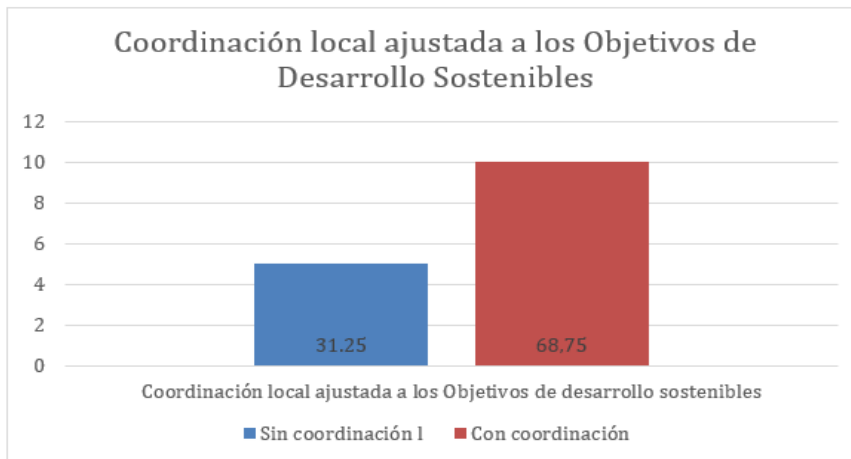
Gráfico 49 Experiencia operativa



Asimismo, el 68.75% de los participantes hizo alusión a trabajar en coordinación a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles; aun cuando al momento de abordar esta temática, en general desconocían los criterios de esta política nacional. Por lo que sería importante crear espacios de acompañamiento a los prestadores de servicios turísticos para que implementen las normas técnicas sectoriales en turismo de naturaleza, como requisito para validar las exigencias de la política de sostenibilidad que mantiene el registro nacional de turismo.



Gráfico 50 Coordinación local ajustada a los objetivos de desarrollo sostenibles



En materia de financiamiento de recursos, existen diferentes proyecciones que el emprendedor tiene a la hora de iniciar acciones en la elaboración de un producto o servicio turístico. Sin embargo, en la etapa temprana de todo mercado el esfuerzo está dado en solventar las incertidumbres económicas propias de la baja experiencia en el rubro que se desempeña, que en la mayor parte de los casos comienza sin un ciclo constante de captación de recursos.

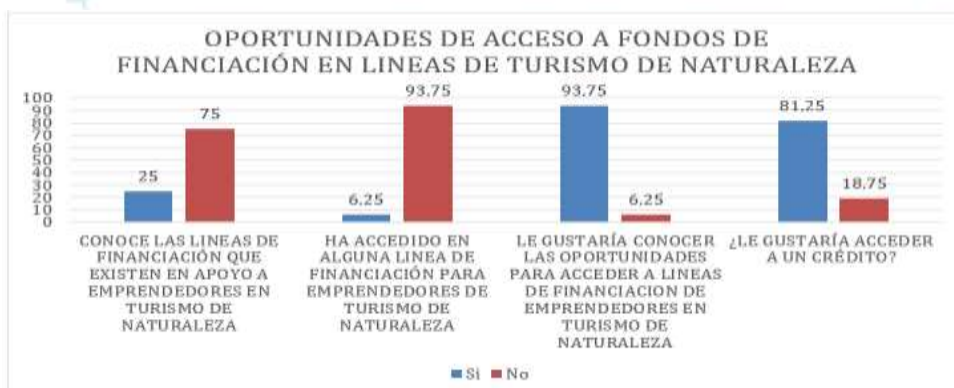
Incluso si el emprendimiento ya se encuentra activo, la innovación, indistinta sea en su tipo, implica un desembolso económico que en general no se posee y que por ello es descrito como una barrera al progreso de su negocio.

De esta forma, la captación de apoyos para la prestación de servicios se considera como una alternativa de impulso hacia los sectores más vulnerables, acompañando la transformación y reconversión de los sectores productivos de las zonas rurales.

No obstante, el grado de comprensión sobre las fuentes de financiación por parte de los encuestados en el taller de percepciones resultó en un 25%, justificado en su baja interacción con líneas de financiación en proyectos de turismo de naturaleza.

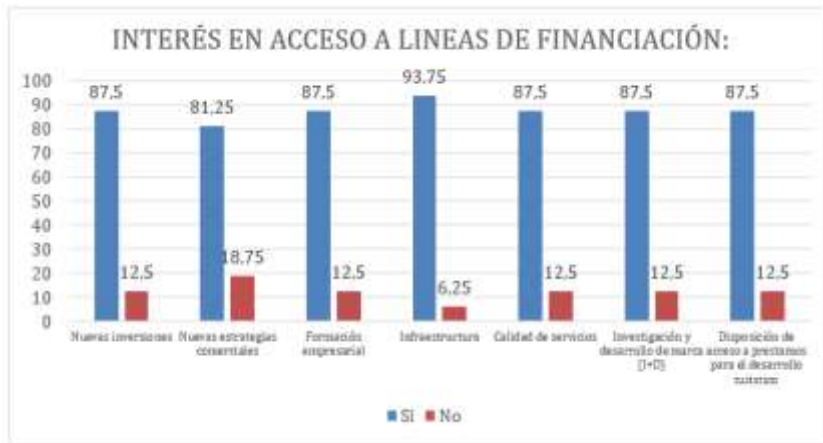
Sin embargo, existe un alto porcentaje en quienes están interesados en conocer y acceder a líneas de financiamiento; lo cual debe considerarse como una prioridad al momento de establecer sensibilizaciones con la comunidad interesada en el desarrollo de turismo de naturaleza dentro de la Cuenca del Anchicayá.

Gráfico 51 Oportunidades de acceso a fondos de financiación en líneas de turismo de naturaleza



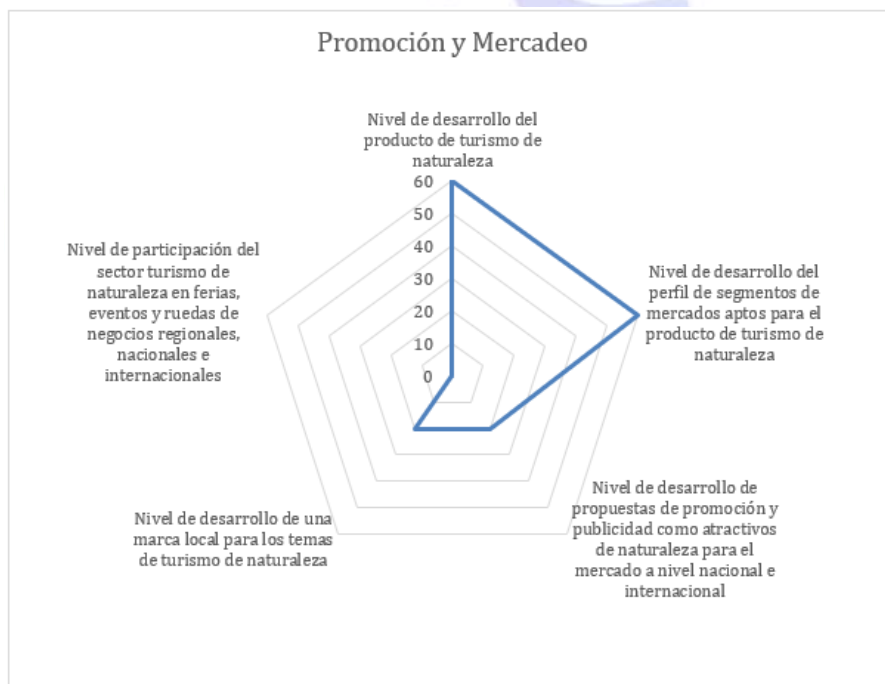
Al momento de preguntarles sobre los intereses particulares que estos tienen sobre la implementación de líneas de financiación, resalta la temática de infraestructura con un 93%; seguido de nuevas inversiones, formación empresarial, calidad de servicios, desarrollo de mercadeo y conocimientos sobre créditos blandos, con un 87% en cada caso.

Gráfico 52 Interés en acceso a líneas de financiación



En contexto a la situación actual de la cuenca, el nivel inicial de crecimiento del destino, las baja capacidad de formalización del sector y por consiguiente la baja capacidad en la construcción de alianzas comerciales sostenibles, es necesario en un primer momento trabajar enfocado en el mercado local; optimizando su valor en proximidad y disponibilidad de acceso incluso cuando las condiciones de orden público no son las propicias para garantizar seguridad al momento de realizar las operaciones.

Gráfico 53 Promoción y mercadeo



Desde el análisis integral que contempla la revisión por ejes, acerca de la capacidad del destino; y en consideración a la base de clasificación propuesta por el Viceministerio de Turismo (pp. 9-12; 2019-2021) Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio: se relaciona la situación de la

Cuenca, definiendo las características que más se asemejaban a los enfoques anteriormente descritos, considerando la metodología sobre el destino denominada Método 4F APDC - Descrita por Morales et al. (2010, 2012). Que, para el caso concreto de Anchicayá se ajusta al detalle establecido como nivel de Exploración:

Por otra parte, con el ánimo de ajustar un valor en términos cuantificables que considere la información descrita en términos de percepción comunitaria analizada, el equipo gestor estableció una ponderación a partir de 20 variables; en correspondencia con los cuatro factores clave para la determinación del índice de competitividad turística: Superestructura, Talento humano, Infraestructura y promoción y mercadeo, con el objetivo de identificar un valor adaptado a la realidad del destino. Valoración que, a partir de reactivos en una escala de 0 a 5, donde 0 indica que no hay relación o no se está de acuerdo con la afirmación del reactivo y 5 que se hay mucha relación o se está totalmente de acuerdo.

Tabla 25 Valoración del componente “Razón”, como parte del análisis de percepción comunitaria

Factor	Reactivo
Factor I: Superestructura turística	¿Cómo es la relación entre lo público y privado a favor del turismo de naturaleza en la zona?
	¿Cómo es el nivel de desarrollo del turismo de naturaleza para el territorio desde la Secretaría Municipal de Turismo?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo de planes y diagnósticos del turismo de naturaleza en su territorio?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo de gremios de turismo de naturaleza en su territorio?
	¿Cómo es el nivel de participación de la empresa privada en el desarrollo del turismo de naturaleza en su localidad?
Factor II: Recurso Humano	¿Cuál es el grado de capacitación de los prestadores de servicios en los temas del turismo de naturaleza?
	¿Cómo es el nivel de conocimiento de los prestadores de servicios sobre las normas técnicas de sostenibilidad turística?
	¿Cuál es el nivel de formación tecnológica en temas del turismo en el territorio?
	¿Cómo es el nivel de profesionalización de los actores en el área protegida con relación al turismo?
	¿Cuál es el nivel de formalidad de los prestadores de servicios de turismo de naturaleza en el área protegida?
Factor III: Infraestructura Turística	¿Cómo es el nivel de desarrollo de hoteles y restaurantes certificados para el turismo de naturaleza?
	¿Cómo es el nivel de desarrollo de atractivos turísticos para el turismo de naturaleza?
	¿Cuál es el nivel de la señalización para el turismo de naturaleza?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo de vías de acceso a los atractivos de naturaleza?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo de sitios de llegada para los turistas?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo del producto de turismo de naturaleza?

Factor	Reactivo
Factor IV: Promoción y Mercadeo	¿Cuál es el nivel de desarrollo de estudios que perfilan el segmento de mercado para el producto de turismo de naturaleza?
	¿Cómo es el nivel de participación del sector turismo de naturaleza en ferias, eventos y ruedas de negocios regionales, nacionales e internacionales?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo de propuestas de promoción y publicidad como atractivos de naturaleza para el mercado a nivel nacional e internacional?
	¿Cuál es el nivel de desarrollo de una marca local para los temas de turismo de naturaleza?

Fuente: VC- UAO. (2019), del Programa de turismo de naturaleza en el área protegida reserva forestal protectora nacional río Amaime y su zona de influencia:

Metodología, que también se replica en la propuesta de Morales (2019) para medir el Índice de Competitividad Turística (ICT), a través de la tabulación de variables numéricas, para la construcción gráfica integral de los factores clave para la determinación del ICT: De esta manera, se obtiene una escala de resultados en los que es posible ubicar el grado de desarrollo del área protegida relacionada por categorías:

- Hasta 30%, Destino Turístico Incipiente (DI): Este destino se caracteriza por poseer baja capacidad estructural para el desarrollo del turismo, es decir, un territorio que casi no posee desarrollo en el sector y que posee grandes limitaciones para poder asumir un programa de planificación, ordenamiento u operación nacional o internacional en las condiciones actuales. En estos territorios es necesario fortalecer los procesos asociativos, empresariales, de producto, de prestación de servicios, política, gobernanza, superestructura y fomentar modelos de producción sostenibles.
- Entre 31 - 50% Destino Turístico Intermedio (DM): Este destino se caracteriza por ser un territorio que está empezando a entender y valorar al sector turístico como elemento importante en la dinámica del Desarrollo Económico Local, pero que no posee un programa efectivo de consolidación de este. Por lo tanto, es un territorio con el que se puede trabajar fácilmente y en el que hay una buena posibilidad de planificar muy bien los procesos a seguir, pero todavía no es un territorio con grandes capacidades para liderar el proceso, pero en corto plazo lo puede lograr.
- Entre 51 - 70% Destino Turístico con Proyección (DP): Este destino se caracteriza por tener claro el tema del producto a ofertar, y ya hay un nivel de organización pública-privada que permite lograr el tema de operación turística local, regional y hasta nacional, pero el destino carece de estándares de gestión de calidad que le permitan ser un destino de talla mundial.
- Más de 71%, Destino Turístico Altamente Competitivo (DAC): Este destino se caracteriza por una buena capacidad de trabajo colectivo, es decir, una comunidad con muy buenos niveles de asociatividad, trabajo colectivo en la operación y acción en conservación de atractivos bienes naturales y culturales. Igualmente es destino donde los actores del sector tienen un buen nivel de capacitación e incluso algunos de los miembros del destino poseen capacitación profesional en temas del turismo, por este motivo, entienden e interiorizan con claridad su plan de desarrollo turístico, entiende sobre conceptos, legislación, superestructura, ordenamiento, producto, marketing y que ve la necesidad de trabajar en modelos que fomenten un destino turístico sostenible.

De esta forma, en el ejercicio de implementación metodológica aplicado por parte del equipo gestor del presente proyecto en turismo de naturaleza del área protegida Anchicayá, se identifican los siguientes resultados:

En cuanto al índice de competitividad del destino, se identifica un desarrollo del 38%, lo cual ubica al área protegida como un destino turístico intermedio. Hecho que se traduce en una categoría de



territorio en la que es posible identificar entendimiento y valoración del sector turístico como elemento importante en la dinámica del Desarrollo Económico Local. Sin embargo, al momento de revisar su análisis se identifica la carencia de un programa efectivo para la consolidación de este destino. Para lo cual, es necesario iniciar a trabajar en perspectiva que permita una planificación efectiva para el futuro.

Gráfico 54 Índice de Competitividad turística para Anchicayá -2021



### 3. FASE 3. MARKETING

#### 3.1 Análisis de Atractivos y Recursos Turísticos

##### 3.1.1 Inventario de recursos y atractivos turísticos, valoración y jerarquización:

Con el objetivo de analizar la realidad patrimonial del turismo en la Cuenca del Anchicayá, se elaboraron formularios considerando la Guía Metodológica propuesta por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, para la elaboración del Inventario de atractivos turísticos (2010). Información que ha sido estructurada en la Ficha de Inventario de Recursos y atractivos Turísticos en el Anexo 9.

Se realizaron visitas a campo, entrevistas a operadores y revisión de información secundaria que permitió construir los formularios descriptivos de cada ficha de inventarios turísticos. Esta revisión de documentación ambiental y cultural facilitaron la identificación de recursos y atractivos del área de estudio. Con esta información se realizaron jerarquizaciones y ponderaciones para identificar potenciales y carencias que deben atenderse a fin de mejorar la calidad del destino.

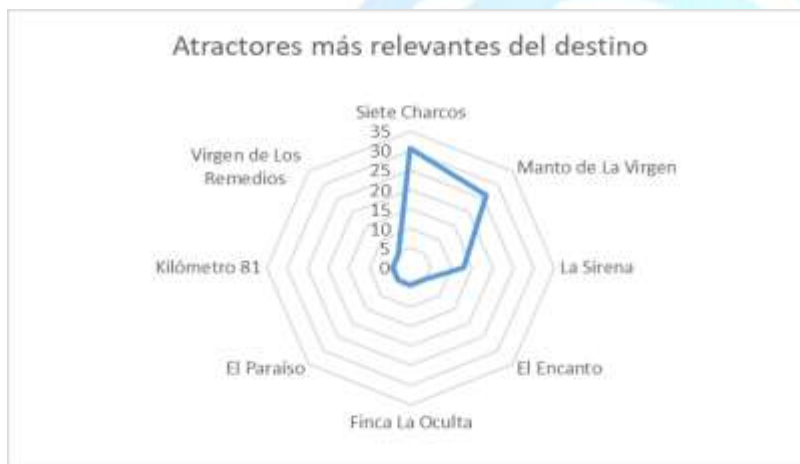
Además, se evaluó la “**Guía para la Planificación del Ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2013**” y la información recopilada, se realizó la valoración cualitativa del atractivo ecoturístico, evaluando un listado de características que indican la viabilidad de la incorporación de estos potenciales dentro de la oferta ecoturística, esto se hace con el fin de velar por la conservación de las especies susceptibles a la presencia del hombre. Las variables consideradas fueron:

- 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 los siguientes tipos de riesgos: Accidentes ofídicos, picaduras de artrópodos, caídas de visitantes por las características de los caminos, pérdidas de visitantes por transitar en horarios no permitidos y otros que se identifiquen propios del territorio.

Por otra parte, de las encuestas brindadas a la comunidad, se identificaron las áreas más relevantes que, además de habitar la región, encuentran interés en la operativa turística local.

Gráfico 55 Actores más relevantes del destino



Resaltando el Cañón del Anchicayá, Siete charcos presenta más de un 30% de los atractivos más destacados de la región, ponderando en primer lugar a Siete Charcos, por su valor en naturaleza, en segundo valor de importancia, la comunidad mencionó al sendero Manto de la Virgen como área de prioridad. En tercer lugar, Sendero La Sirena, con su riqueza paisajística colindante a Buenaventura. En este sentido se deduce que la Cuenca Baja posee los principales puntos de atracción. En lo posterior la comunidad encuestada reconoció otros senderos que presentan un valor significativo tanto para quienes llegan de visita al destino, como para quienes viven en parte de su aprovechamiento turístico.

Como componente patrimonial de alta relevancia para el destino, es necesario destacar la percepción que tienen los recursos hídricos de quebradas y arroyos que alimentan el río Anchicayá. Seguidos por las características naturales que hacen de este sector un escenario de alto contenido escénico, donde es posible "respirar tranquilidad".

Por otra parte, las actividades de aventura, senderismo de alto rendimiento y descensos agrestes sobre cuerdas que implementan la riqueza de ríos y charcos; brindan aporte a la motivación emocional de adrenalina, tan característica de segmentos como los amantes de los deportes extremos.

Además, la presencia de saberes ancestrales inmersos en las comunidades locales sobre el manejo de terapias tradicionales, mantienen una simbiosis de conexiones a través de ecoterapias en áreas de aprovechamiento en sectores donde la naturaleza se encuentra conservada, como es el caso del silencio y el eco.

Por último, los escenarios de alta conflictividad, en ocasiones son vistos como alternativas de acercamiento a ópticas sociales que muchas veces son difíciles de entender o interpretar. Donde por décadas, la permanencia de acciones violentas se ha restringido el paso a visitantes y por ende al desarrollo consolidado de operativas convencionales de turismo.

### 3.1.2 Diagnóstico del Inventario Turístico:

Para la elaboración del inventario turístico (**Anexo 9**), se utilizó como referencia metodológica el documento de Inventario Turístico del Viceministerio de Comercio, Industria y Turismo, que facilita la elaboración y jerarquización de elementos patrimoniales materiales e inmateriales. Desde este enfoque todo patrimonio se clasifica, en base a sus características intrínsecas, en tres componentes: i) Recursos Culturales; ii) Sitios Naturales; y iii) Festividades y Eventos. Registro que, según cada caso, considera una serie de subcriterios, descritos por fichas, para calificar con un valor numérico la calidad (70%) y significado (30%) de los bienes.

En este sentido, la clasificación diseñada por el Viceministerio de Turismo de Colombia facilita un estándar del potencial turístico, dividido en dos grupos: i) calidad: con un alcance máximo de 70 puntos; y ii) significado: con un puntaje máximo de 30 puntos. Lógica en la que se interpreta que, cuando un bien alcanza o supera una puntuación de 70 puntos, entre calidad y significado, se trata de un atractivo; y por el contrario cuando el puntaje sumado es de 69 o inferior al mismo, es un bien considerado como recurso.

Para el levantamiento de datos se utilizó una ficha base, dentro de la cual se identificaron las características fundamentales y específicas de los potenciales bienes que podrían ser catalogados como recursos o atractivos turísticos de la Reserva Forestal Protectora Nacional Río Anchicayá y su zona de influencia. Situación que favoreció a la objetividad de cada uno de estos al momento de analizar y evaluar su clasificación.

Además, para la materialización del levantamiento de información, se contó un desarrollo participativo, del que hizo parte la comunidad interesada en el proceso de turismo de naturaleza, coordinadores locales, profesionales de la CVC, Parques Nacionales, Alcaldía de Dagua y demás actores intervinientes, que facilitaron la información al momento de efectivizar las salidas de campo realizadas en el área de estudio y conexiones telefónicas con pobladores de Dagua; además de la revisión documental de estudios previos y espacios digitales como es el caso de YouTube.

La valoración de los sitios turísticos es un tema abordado por diferentes corrientes teórico- prácticas; que determinan los mecanismos empleados al momento de clasificar el potencial de estos. Por esta razón, bajo la perspectiva del Viceministerio de Turismo de Colombia, desde la metodología propuesta en 2010 se elaboró un esquema de puntuación que pretende estandarizar los sitios a través de un puntaje asignado en relación con su significado y calidad.

Con este modelo se entiende que para materializar el turismo en un destino es necesaria la sinergia entre la capacidad estructural para recibir visitantes y la motivación que tengan los visitantes para trasladarse hasta él. De esta realidad, se derivan dos grandes categorías, i) recursos: donde el desarrollo de acciones es bajo o nulo al momento de posicionarse en un mercado real; ii) atractivos: donde existe un aprovechamiento efectivo, hasta el momento habiendo logrado captar la atención de un segmento de visitantes.

En aras de mantener un ordenamiento efectivo en los documentos Planta Turística -3.1.3 (Ficha 6) - e Infraestructura de apoyo al turismo -3.1.4 (Ficha 6) -; en ambos casos correspondientes con la ficha de Planta e Infraestructura Turística, diligenciadas en el **Anexo 8.**, la información se presenta por área

de prestación de servicios, diferenciando tanto Planta Turística como por Infraestructura de apoyo. Motivo por el cual a continuación se diferencian cada una:

### 3.1.3 Caracterización de la Planta Turística

Con el objetivo de identificar el nivel de desarrollo en el soporte de la propia actividad turística en el área de estudio por recomendación de CVC se aplicó el modelo de ficha informativa y descriptiva 6. Considerando como tal al conjunto de instalaciones y adecuaciones que facilitan el desarrollo de cualquier tipo de servicios dentro de la infraestructura, tal como información, gastronomía, alojamiento, unidades sanitarias, alquiler de equipos, cobro de ingreso, parqueadero, embarcaderos, muelles, auditorios, plataformas para observación de especies, quioscos, tiendas y espacios para almacenar alimentos, lencería, equipos, provisiones de gas y herramientas para mantenimiento físico, entre otros.

### 3.1.4 Caracterización de la Infraestructura de apoyo al turismo

Para la caracterización de la infraestructura de apoyo al turismo se diligenció por recomendación de la CVC el modelo ficha informativa y descriptiva 7, que suministra información relacionada con el soporte de infraestructura relacionada con los servicios de acceso, atención y salud, acompañados de soportes Fotográficos.

En este sentido, la infraestructura de apoyo es interpretada como el conjunto de servicios básicos que facilitan el desarrollo de las operaciones de turismo de naturaleza. Soporte primordial para la materialización de las actividades ya que sirve de base en el aprovechamiento de servicios insumos como el agua, energía, accesos, seguridad, telecomunicaciones, señalización terrestre y acuática entre otros, para ofrecer calidad en cada servicio y obtener satisfacción en el visitante sin deteriorar los ecosistemas de las áreas protegidas. Por lo tanto, la adecuación de los sistemas energéticos de bajo impacto, equipos de alto desempeño hídrico y bajo impacto ambiental, así como los programas integrales de residuos sólidos se hacen necesarios para gestionar de manera sostenible el turismo de naturaleza.

## 3.2 Desarrollo del producto turístico

### 3.2.1 Definición de lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos:

Este componente fue realizado a través del análisis de la información suministrada por la comunidad durante los talleres participativos y las posteriores visitas a campo que se efectuaron para corroborar de primera mano, la información entregada por la comunidad. En esta tarea se identificaron diferentes escenarios y sus potencialidades para el desarrollo de los subproductos de ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural y las modalidades complementarias al turismo de naturaleza como, turismo cultural, turismo científico y turismo de bienestar

*Tabla 26 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Naturaleza)*

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
	Vía Simón Bolívar	Avistamiento de Aves, contemplación de paisaje, ciclo montañismo	
	Cañón del Río Anchicayá	Baño en río, charcos y cascada	
	Sendero a la Sirena	Baño en río, charcos y cascada	



Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo de naturaleza	Sendero Manto de la Virgen	Caminata y baño en cascada	Diversidad biológica, fuentes hídricas limpias, ecosistemas: agua + anfibios + aves, lugares de alto valor escénico, ambiente de tranquilidad, aventura, adrenalina, ingreso a cuevas, recorrido por el río, entre otros
	Finca el Encanto	Avistamiento de aves	
	Finca la Oculta	Caminata, baño en río, charco y cascada	
	Doña Dora	Avistamiento de aves	
	Cascada la Elsa o los Caleños	Baño en Cascada Torrentismo Sendero	
	Cascada el Alivio	Baño en Cascada	
	Sendero Virgen de los Remedios	Caminata y baño en cascada	
	Reserva Natural el Paraíso	Avistamiento de aves	
	Río Digua	Baño en río, contemplación de paisaje	
	Río San Juan		
	Río Blanco		
	Río el Engaño		
	Río Cavas		
	Quebrada el Placer		
Vía Cerro Tokio	Ciclo montañismo, contemplación de Paisaje		

Tabla 27 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Cultural)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo Cultural	Hacienda el Bono	Pesca deportiva, alimentación, historia	Historia, patrimonio, creencias religiosas, presentaciones artísticas y culturales, gastronomía, cuidado del medio ambiente,
	Torre Mudéjar	Contemplación, historia	
	Monumento a la Flor del Quereme	Contemplación, historia	
	Artesanías	Compras	
	Vía Simón Bolívar	Historia	
	Festival de Música Colombiana y Andina	Canto, baile, historia	

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
	Fiestas de Sn Pedro y San Pablo	Presentaciones artísticas y culturales, historia	
	Festival Anchicayá Viva	Cuidado del medio ambiente, gastronomía	
	Bebidas Ancestrales	Compras	

Tabla 28 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Bienestar)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo bienestar	Sendero a la Virgen de los Remedios	Caminatas, ofrendas, reflexología, salud por agua, masajes, medicina a base de extractos de plantas	Reconexión, fe, espiritualidad bienestar
	Sendero a Manto de la Virgen		
	Centro Espiritual		
	Mundo Anchicayá		

Tabla 29 Lugares potenciales para el desarrollo de subproductos turísticos y definición de subproductos turísticos (Turismo Científico)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo Científico	Sendero de la Rana - <i>Oophaga lehmanni</i>	Caminata por sendero	Observación de la especie de rana <i>Oophaga lehmanni</i>

### 3.2.2 Análisis de la zonificación del plan de manejo con la planificación turística proyectada:

Dentro del corredor turístico del Río Anchicayá, existen atractivos de alto valor escénico que son utilizados por la comunidad para generar actividades relacionadas con el turismo de naturaleza. Dentro de la Reserva Forestal Protectora Nacional Río Anchicayá, los atractivos más relevantes son la Cascada la Elsa o los Caleños, La Sirena y la Reserva Natural el Paraíso, estos hacen parte de rutas, programas o paquetes organizados por los prestadores de servicios turístico comunitarios en articulación con operadores de otros territorios, dentro de los cuales se desarrollan actividades de ecoturismo y turismo de aventura principalmente.

En cuanto a la zona de Parques Nacionales Naturales, los atractivos más representativos son el Sendero a la Virgen de los remedios, el sendero al Manto de la Virgen, la Oculta, la Hacienda y el Cañón del Río Anchicayá. Qué, igualmente a lo ocurrido en la zona de reserva Forestal, son utilizados por la comunidad local en articulación con prestadores de servicios turísticos foráneos, para realizar actividades de turismo de naturaleza como ecoturismo, turismo de aventura, bienestar y religioso.

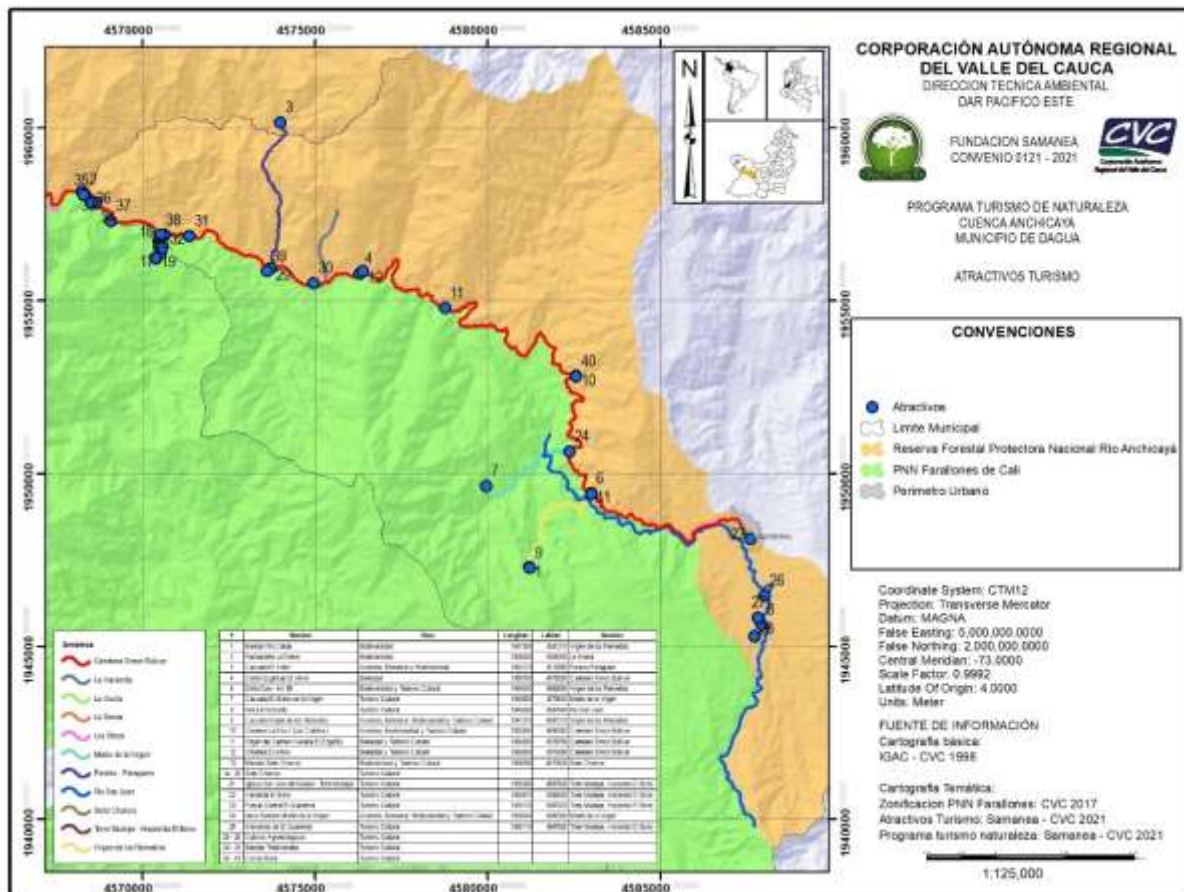
En los senderos de la virgen de los remedios, Manto de la Virgen y Cañón del Anchicayá, se estableció una capacidad de carga que, de acuerdo con la expresado por la autoridad ambiental (PNN), fue bien recibida por la comunidad y viene siendo gestionada de buena manera. En el momento existe un punto de Información para sensibilización de visitantes en la entra al Cañón del Anchicayá.

En las zonas de manejo como la zona general exterior, la zona de alta densidad de uso y zona histórico cultural, se permiten actividades relacionadas con el turismo, investigación científica y monitoreo definidas por PNN, transporte y tránsito de elementos, entre otros. La zona declarada como Reserva Forestal Protectora Nacional que es gestionada por la CVC no cuenta con un plan de manejo actualizado que entregue lineamientos sobre las actividades permitidas en el territorio.

En el sendero a la Sirena, la CVC cuenta con un punto de información-sensibilización atendido por un guardabosques.

El resultado de este ejercicio es acompañado la siguiente cartográfica:

*Mapa 6 Zonificación del plan de manejo con la planificación turística proyectada (Ver Anexo 3 para mejor resolución del mapa)*



### 3.3 Percepción comunitaria y del cliente

Esta actividad contempla tres (3) momentos importantes: 1. La percepción de Producto Potencial por parte de la comunidad Local, 2. La percepción del producto potencial por parte del cliente y 3. El perfil del visitante.

#### 3.3.1 Percepción de Producto Potencial por parte de la comunidad Local:

A partir de las encuestas realizadas y de los aportes de los participantes de la comunidad en taller de percepción comunitaria, es posible afirmar que la comunidad local en general tiene amplias expectativas y muy positivas al respecto del producto turístico de naturaleza de Anchicayá, que existe un gran potencial en el desarrollo de un producto que articule a los actores locales y que permita el trabajo asociativo a lo largo de la ruta que comprende desde San José del Salado hasta el Danubio. También se afirma que es de carácter urgente la articulación con las instituciones de administración municipal y autoridades ambientales para el control y la gestión sostenible del turismo de naturaleza en el destino. Se reconoce el alto potencial en biodiversidad que presenta el destino y la amplia gama de servicios complementarios y oportunidades de negocios comunitarios que representa el desarrollo del producto turístico de naturaleza. A su vez la comunidad manifiesta la ausencia de las autoridades en el control de los impactos asociados al turismo como el manejo de residuos, la disposición de aguas residuales sin tratamiento, la presencia de animales ferales como amenaza latente a la biodiversidad local y la falta de atención inmediata a las emergencias por derrumbes en la vía, situaciones que representan para la comunidad desafíos de carácter urgente para la gestión sostenible del producto turístico en Anchicayá.

Adicionalmente, en el foro de tenses ambientales, la comunidad manifiesta que el producto de naturaleza debe fortalecer la gobernanza del territorio articulando a los actores tanto de las autoridades como las figuras administrativas y comunitarias con influencia en la región.

También se resalta el potencial del producto de naturaleza como herramienta para fortalecer la soberanía alimentaria de la región al desarrollar productos de turismo de naturaleza de tipo agroturístico que fomente la agricultura para la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales, como mecanismo para fortalecer la economía local y como alternativa que diversifique la oferta turística de la región.

#### 3.3.2 Percepción del producto potencial por parte del cliente:

Respecto a las actividades relacionadas con turismo de naturaleza: las preferencias fueron determinadas de la siguiente manera: baño en charcos, ríos y cascada 26%, contemplación de paisajes para fotografía 16%, senderismo de baja dificultad 14%, observación de aves 12%, agroturismo 5%, senderismo de alta dificultad (trekking) 4% y Ciclo montañismo 3%, lo que permite definir que un total de 80% de las personas tienen preferencia por el turismo de naturaleza en la cuenca del río Anchicayá, seguido del turismo cultural con un 10%.

Con respecto a la permanencia en el territorio, consideran que lo ideal para conocer los atractivos es realizar planes de 2 días 34%, 3 días 29%, planes de 1 y 4 días están igualados con un 17%.

El 41% de encuestados prefiere alojarse en cabañas, mientras que el 31% prefiere hacerlo en hotel.

El 32% de los encuestados afirman que estarían dispuestos a pagar por un paquete individual entre \$70.000 y \$100.000, el 29% entre \$100.000 a \$200.000 por paquete, el 24% entre \$200.000 y \$300.000, un 11% entre \$300.000 y \$400.000 y finalmente pagarían más del 4% de los encuestados.



A la pregunta de, prefiere comprar planes de turismo a través de agencias u operadoras turísticas, las personas contestaron de la siguiente manera. El 18% contestó que no, el 35% indicó que sí y un 47% indicó que le es indiferente.

Un 70% de los encuestados afirma que el factor seguridad en el territorio puede ser determinante para no ir.

### 3.3.3 Definición del perfil del visitante:

Se identificó el perfil del visitante que visita el destino, caracterizando al visitante mediante información obtenida a través de encuestas, lo que permitió construir la Segmentación del mercado potencial para el destino, en tres segmentos: 1) Geográficos (región, clima) 2) Demográficos (ingreso, edad, género, ciclo de vida familiar, clase social) y 3) Psicográficos (estilo de vida del visitante).

#### 1) Segmento Geográfico:

El 42% de la muestra de los encuestados (de un total de 200 visitantes) provienen de la ciudad de Cali y un 24% del municipio de Jamundí, ambos con climas cálidos y a una distancia de carácter regional y/o local.

#### 2) Segmento Demográfico:

Ingresos: El 73% de los encuestados afirman tener un ingreso entre \$700.000 y \$2'500.000 pesos colombianos.

Edad: De acuerdo con las encuestas un 65% están entre la edad de 25 y 45 años de edad.

Género: 65% del género femenino y 34% del género masculino.

Estado Civil: 45% soltero/a, 21% en unión libre, y 23% casado/a.

Clase social: En un 80% pertenece a los estratos 2, 3 y/ 4.

Nivel educativo: Un 57% de los encuestados afirma ser profesional o con una titulación superior.

#### 3) Segmento Psicográfico:

Preferencias al viajar: En un 50% prefieren realizar actividades de turismo de naturaleza en compañía, ya sea de sus familiares, amigos y/o pareja.

De acuerdo con su nivel educativo, se puede afirmar que es un segmento intelectual con gusto por aprender del contacto con la naturaleza y la biodiversidad, así como de la cultural local.

### 3.4 Definición del producto turístico

#### 3.4.1 Descripción y delimitación del producto turístico y sus subproductos.

##### *Conceptualización del producto Turístico*

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de

comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (OMT,2022).

Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico. En cuanto a las infraestructuras, son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista como pueden ser por ejemplo; infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud) de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas).

Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute de este (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.).

### *Cuenca del Río Anchicayá y su Zona de Influencia*

Para establecer el producto turístico del Programa de Turismo de Naturaleza en la cuenca del Río Anchicayá, se abordará la zona desde el corregimiento de San José del Salado hasta el corregimiento el Danubio, pasando antes por los corregimientos La Elsa y La Cascada.

El diseño del producto turístico se desarrolló de manera participativa con los habitantes del territorio, con el objetivo de incentivar el empoderamiento tanto de los atractivos que existen en el territorio, como de los servicios que ofertan en él. Permitiendo así la creación de experiencias turísticas que permitan activar y fortalecer la cadena productiva del turismo en toda la cuenca. De igual manera, se pretende con este ejercicio direccionar que la prestación de los servicios turísticos cumpla con los requerimientos establecidos, mejorando la competitividad de los productos ofertados, y en general, del destino.

Para trabajar lo anteriormente planteado, se llevaron a cabo las siguientes etapas que permitieron identificar, clasificar y proponer un primer diagnóstico de los posibles productos turísticos de la cuenca del río Anchicayá.

#### **Actividad 1. Taller de percepción empresarial con líderes y prestadores de servicios turísticos del territorio y percepción del cliente actual.**

Durante la realización de este taller se implementó una encuesta con la cual se logró identificar las zonas, recursos y atractivos (destinos) más relevantes para la comunidad, enumerándolas en una escala de mayor a menor importancia. La encuesta también permitió identificar las motivaciones relacionadas con los destinos anteriormente mencionados; elementos que ocasionan la visita al destino.

A este ejercicio se le sumó posteriormente la percepción del cliente actual del territorio, ejercicio con el cual se identificaron las principales actividades que estos realizan a lo largo y ancho de la cuenca.

#### **Actividad 2. Salidas de campo.**

Para complementar el ejercicio realizado con líderes comunitarios y prestadores de servicios turísticos del territorio, se realizaron posteriormente salidas a campo que permitieron identificar de primera fuente la información suministrada por ellos, además de obtener información importante de otros recursos y/o

atractivos para diligenciar el formato (ficha) de inventario de atractivos turísticos, el cual viene direccionado desde el Viceministerio de Turismo.

### Actividad 3. Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con la oferta actual

Partiendo de la información recolectada durante el taller y las salidas a campo, sumado a la importancia que le dan los habitantes del territorio a los atractivos y el análisis de las condiciones del destino, se realizó una clasificación de acuerdo con el concepto de turismo naturaleza, teniendo en cuenta también los productos complementarios como el cultural, científico y bienestar.

#### Primer diagnóstico – Cuenca del Río Anchicayá

Tabla 30 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con la oferta actual (Turismo Naturaleza)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo de naturaleza	Vía Simón Bolívar	Avistamiento de Aves, contemplación de paisaje, ciclo montañismo	Diversidad biológica, fuentes hídricas limpias, ecosistemas: agua + anfibios + aves, lugares de alto valor escénico, ambiente de tranquilidad, aventura, adrenalina, ingreso a cuevas, recorrido por el río
	Cañón del Río Anchicayá	Baño en río, charcos y cascada	
	Sendero a la Sirena	Baño en río, charcos y cascada	
	Sendero Manto de la Virgen	Caminata y baño en cascada	
	Finca el Encanto	Avistamiento de aves	
	Finca la Oculta	Caminata, baño en río, charco y cascada	
	Doña Dora	Avistamiento de aves	
	Cascada la Elsa o los Caleños	Baño en Cascada Torrentismo Sendero	
	Cascada el Alivio	Baño en Cascada	
	Sendero Virgen de los Remedios	Caminata y baño en cascada	
	Reserva Natural el Paraíso	Avistamiento de aves	
	Río Digua	Baño en río, contemplación de paisaje	
	Río San Juan		
	Río Blanco		
Río el Engaño			
Río Cavas			
Quebrada el Placer			
Vía Cerro Tokio	Ciclomontañismo, contemplación de Paisaje		

Tabla 31 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con la oferta actual (Turismo Cultural)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo Cultural	Hacienda el Bono	Pesca deportiva, alimentación, historia	Historia, patrimonio, creencias religiosas, presentaciones artísticas y culturales, gastronomía, cuidado del medio ambiente,
	Torre Mudéjar	Contemplación, historia	
	Monumento a la Flor del Quereme	Contemplación, historia	
	Artesanías	Compras	
	Vía Simón Bolívar	Historia	
	Festival de Música Colombiana y Andina	Canto, baile, historia	
	Fiestas de Sn Pedro y San Pablo	Presentaciones artísticas y culturales, historia	
	Festival Anchicayá Viva	Cuidado del medio ambiente, gastronomía	
	Bebidas Ancestrales	Compras	

Tabla 32 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con la oferta actual (Turismo Bienestar)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo bienestar	Sendero a la Virgen de los Remedios	Caminatas, ofrendas, reflexología, salud por agua, masajes, medicina a base de extractos de plantas	Reconexión, fe, espiritualidad bienestar
	Sendero a Manto de la Virgen		
	Centro Espiritual		
	Mundo Anchicayá		

Tabla 33 Clasificación de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con la oferta actual (Turismo Científico)

Modalidad	Lugar	Actividades	Motivaciones
Turismo Científico	Sendero de la Rana - <i>Oophaga lehmanni</i>	Caminata por sendero	Observación de la especie de rana <i>Oophaga lehmanni</i>



## Turismo de Naturaleza en la cuenca del Río Anchicayá

El destino cuenta con escenarios naturales relevantes, algunos con reconocimiento nacional e internacional, los cuales vienen recibiendo visitas durante todas las temporadas del año. Lugares como el cañón del río Anchicayá ubicado en el interior del Parque Nacional Natural Farallones de Cali y la Cascada de la Sirena ubicada dentro de la Reserva Forestal Protectora Nacional Río Anchicayá, son los atractivos que más visitantes registran durante el año, llegando a recibir más de dos mil personas por fin de semana.

### Conceptualización del Turismo de Naturaleza

Se define como “aquella actividad económica “cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural y que se rige por principios de sostenibilidad”. (Política Nacional de Turismo de Naturaleza, p 14)

Sin embargo, para el desarrollo del sector de turismo de naturaleza es importante tener en cuenta las particularidades definidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Así. “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”. Adicionalmente, esta organización sugiere tres clasificaciones:

**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.

Se pueden tomar como ejemplo las visitas a espacios como centros de educación ambiental, fincas temáticas, jardines botánicos, realización de picnics o actividades contemplativas en un espacio determinado.

**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.

Tenemos como ejemplo los deportes que utilizan los recursos naturales como montañas, ríos, árboles, rocas, entre otros, que, ayudado por cuerdas, botes, cables o arneses, logran concretar sus objetivos

**Turismo por la naturaleza:** es aquel que tiene como motivación principal la contemplación, disfrute y conocimiento del medio natural, con diferente grado de profundidad, para lo que puede realizar actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales

Para esta definición se pueden tomar como ejemplo las caminatas por senderos, para contemplar especies arbóreas o florales, recorridos para el avistamiento de aves, mariposas, observación de cascadas, cauces de ríos, entre otros.

El Turismo de Naturaleza puede ser una herramienta útil para crear conciencia cultural, preservar las tradiciones y las formas de vida, en donde los guías locales juegan un papel importante de enseñanza al turista de los valores ancestrales del patrimonio cultural. En resumen, el turismo de naturaleza se enfoca en la observación, conservación y recreación en espacios naturales.

**Ecoturismo:** la ley 300 de turismo lo define como aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial, es decir, en áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP) y se enmarca en los parámetros del desarrollo humano sostenible (MINCIT, 2021).

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, 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. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos económicos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas” (Ley 300. Artículo 26).

#### Actividades o segmentos especializados

- Observación de fauna.
- Avistamiento de aves.
- Reconocimiento de especies vegetales.
- Reconocimiento de especies marinas.
- Avistamiento de ballenas.
- Senderismo (recorridos por senderos ecológicos).
- Careteo.
- Navegación y acuaturismo.
- Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

**Turismo de Aventura:** es el turismo de naturaleza que propone retos o desafíos impuestos por la naturaleza, tanto deportivos (de manera recurrente) como ocasionales, y que busca generar fuertes momentos emocionales, manejando adecuadamente los factores de riesgo. Una definición que también se tiene en cuenta es la de Federación Colombiana de Eco-parques, Ecoturismo y Turismo de Aventura (FEDEC), que lo define como “las actividades lúdico recreativas alrededor de los elementos aire, tierra, agua, que generan riesgo controlado en contacto directo con la naturaleza”. (MINCIT, 2021).

#### Actividades o segmentos especializados

- Buceo.
- Rafting (canotaje).
- Rappel.
- Espeleología.
- Parapente.
- Torrentismo.
- Montañismo.
- Escalada.
- Bicicleta de montaña o cicloturismo.
- Kayak.
- Windsurfing.
- Puenting.
- Vela.
- Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

**Turismo rural:** Es el turismo de naturaleza desarrollado en áreas rurales y ejecutado por las comunidades que las habitan, en donde la cultura rural es un elemento clave del producto. La

característica diferenciadora de los productos de turismo rural es el deseo de facilitar al turista un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en lo posible, permitir su participación en las actividades, las costumbres y el estilo de vida de la población. (MINCIT, 2021).

- Agroturismo.
- Ruta de la panela, ruta del café, ruta del cacao
- Pesca con caña
- Haciendas cafeteras

### *Productos complementarios al turismo de naturaleza*

Quedan enmarcadas como productos complementarios al turismo de naturaleza otras actividades turísticas que se desarrollan en escenarios naturales pero que por reglamentación pertenecen a otras tipologías o clasificaciones del turismo. Aquí se encuentran las siguientes modalidades: Turismo Cultural, Turismo Científico y Turismo de Bienestar (MINCIT, 2021).

### *Turismo Cultural en la Cuenca del Río Anchicayá*

Los elementos culturales existentes en el destino Anchicayá son amplios, la historia representada en la carretera Simón Bolívar como principal acceso desde y hacia el pacífico en siglos pasados, el corregimiento de San José del Saldo como primer asentamiento del territorio, La Torre Mudéjar, la hacienda Le Bono y su influencia gastronómica. El festival de música colombiana y andina, la Virgen de los Remedios, las fiestas de San Pedro, la singular historia de la flor del Quereme, elaboración de las artesanías en material reciclable y cincho de plátano, entre otros, hacen que este territorio pueda promover actividades relacionadas con la cultura, durante las diferentes épocas del año.

**Definición del Turismo Cultural:** Promueve el conocimiento de culturas vivas o del pasado, en las que se encuentran bienes, manifestaciones o intangibles que expresan un identidad y memoria para un grupo o colectivo. En esta práctica turística, la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos y productos culturales, materiales e inmateriales de un destino (OMT, 2020)

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).

### **Actividades o segmentos especializados**

- Etnoturismo
- Turismo gastronómico
- Visita a talleres artesanales.

### *Turismo Científico en la Cuenca del Río Anchicayá*

Gracias al enorme potencial de recursos ecosistémicos de la cuenca, esta actividad podría realizarse en diversos puntos. Sin embargo, para este proyecto se tomará la actividad que se viene realizando en la Reserva Natural el Paraíso con la especie de rana *Oophaga Lehmanni* y otras especies de

anfibios y reptiles, los cuales vienen siendo explorados por grupos de biólogos y personas asociadas a temas investigativos de diferentes organizaciones.

**Conceptualización del Turismo científico:** el turismo científico de naturaleza se basa en la gestión del conocimiento que promueven la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y la participación activa de la comunidad local, permitiendo el descubrimiento del territorio los modos de vida y el capital natural y social. Además, integra la investigación participativa, para identificar, generar, acumular, salvar, recuperar y distribuir conocimiento tradicional y académico sobre la diversidad en el territorio (MINCIT, 2021).

#### *Turismo de bienestar en la cuenca del Río Anchicayá*

Al igual que con el turismo de naturaleza, los escenarios para la práctica de actividades relacionadas con el bienestar abundan en el destino Anchicayá: piscinas naturales, paisajes de montaña, senderos, cascadas y centro de sanación.

**Conceptualización del Turismo de bienestar:** promueve las actividades relajantes, pasivas y deportivas en medio de ecosistemas conservados, con el fin de obtener condiciones de paz, tranquilidad y reparación, que contribuyan a la curación, mejora estética, bienestar y prevención de enfermedades (MINCIT, 2014).

#### **Identificación de Productos, basado en la oferta (portafolio) actual de los operadores del destino**

La Cuenca del Río Anchicayá cuenta con unidades de negocios privadas, cooperativas y grupos comunitarios que vienen estructurando y comercializando actividades turísticas en el territorio y zonas aledañas, entre las que se encuentran Cortucan, Ecolectivo Tayra, Asociación Agroturística Quereme Paz, Mundo Anchicayá Destino Anchicayá, Anchicayá Travel, Anchicayá Biodiversa, Taua Bienestar, Halcones Valle Expeditions y Bioaventura. Se suman a estos los operadores turísticos como Guía Farallones, Viajes Che, Biotácora Colombia, Eco caminantes, entre otros, que provienen de la ciudad de Cali y otros destinos.

*Tabla 34 Principales destinos y actividades que actualmente son comercializadas en el territorio*

Turismo de Naturaleza	
Producto / Elemento	Breve Descripción
La Sirena	Hace parte de la RFPN Del Rio Anchicayá, es el lugar más visitado de toda la cuenca por tour operadores y comunidades vecinas. Se trata de un recorrido por sendero que posteriormente permite el acceso a lugares como la Cascada la Sirena y el Charco del Amor.
Cañón del Río Anchicayá Siete Charcos	Ubicado dentro del PNN Farallones de Cali, este atractivo se comercializa como un lugar para disfrutar de sus piscinas naturales (charcos) y de paisajes de naturaleza.
Doña Dora	Es un establecimiento que ofrece a sus visitantes la oportunidad de tener una experiencia muy cercana con diversas especies de aves, algunas endémicas de la zona. El predio cuenta con diferentes ambientes y un sendero para avistamiento de gallito de roca.
Finca la Oculta	Es comercializado como un recorrido que permite realizar contemplación de paisaje, caminata por el río (rivering), baño en río y alimentación. La Oculta está ubicada dentro del PNN Farallones de Cali
Sendero Manto de la Virgen	Ubicado dentro el PNN Farallones de Cali, este recorrido es de un nivel físico medio-alto, en el cual se logra contemplar y disfrutar de los ríos San Juan, Cavas, Digua y por supuesto de la cascada (manto de la virgen) de aproximadamente 90 metros de altura.



Turismo de Naturaleza	
Producto / Elemento	Breve Descripción
Sendero a la Virgen de los Remedios	Al igual que el sendero al manto de la virgen, se encuentra ubicado dentro el PNN Farallones de Cali. Es un recorrido de nivel físico medio-alto, en el cual se logra contemplar y disfrutar de los ríos San Juan y Cavas, finalizando en una cascada
Reserva Natural el Paraíso Ruta del Paragüero	Es un recorrido de 2 días con una dificultad física media-alta, donde se tiene como objetivo principal el avistamiento del <i>Cephalotus penduliger</i> (Paragüero del Pacífico), así como otras 70 especies de aves al interior de la RFPN Río Anchicayá
Cascada la Elsa o los Caleños	Visita a la cascada para tomar un refrescante baño, realizar torrentismo, recorrer un sendero muy corto de exigencia física baja. En las inmediaciones de la cascada se pueden conseguir alimentos preparados. Esta cascada esta ubicada en el margen de la RFPN Río Anchicayá.
Finca el Encanto	Es un emprendimiento que ofrece senderos para el avistamiento de aves, complementado con servicios de alojamiento y alimentación. Cuenta con un valor agregado relacionado con la flor del Quereme, puesto que el propietario viene desarrollando un perfume a base del extracto de la planta, el cual es procesado en el predio. Cabe recordar que, según la tradición oral del territorio, la flor del Quereme tiene propiedades para atraer el amor tanto en hombres como en mujeres
Turismo Cultural	
Ruta del Quereme	Se trata de un recorrido peatonal visitando el río San Juan, el monumento al Quereme, finca la Queremita y Finca la Bendición.
Ruta histórico cultural	En un recorrido vehicular con paradas e ingreso para conocer la importancia de lugares como la Hacienda el Bono, La Torre Mudéjar, el Monumento al Quereme, local de Artesanías, entre otros.
Religioso Caminata hacia el manto de la virgen Caminata a la Virgen de los Remedios El Queremal	Realización de peregrinaciones y celebraciones de misas en rito católico con un alto grado de fe, donde se agradece por favores recibidos o se realizan peticiones de acuerdo con las creencias.
Festival de Música Colombiana y Andina	Es un evento que rinde homenaje a la música y las danzas colombiana, un espacio que recuerda las raíces indígenas de la región andina, que conecta a otras culturas suramericanas como la peruana, ecuatoriana, boliviana, argentina, entre otras, donde también se le hace un merecido homenaje a la cultura andina. Número de ediciones, 32
Fiestas de San Pedro	Es un evento que rinde homenaje a la cultura de los departamentos del Huila y Tolima, tuvo su inicio como estrategia para reactivar la economía de la cuenca del Río Anchicayá una vez que se inaugurara la nueva vía hacia Buenaventura en los años 70. Estas fiestas combinan actividades culturales, gastronómicas, presentaciones artísticas, paseo a caballo, eventos deportivos, entre otros.
Turismo Científico	
Sendero de la Rana <i>Oophaga lehmanni</i>	Es un recorrido de 2 días con una dificultad física media-alta, donde se tiene como objetivo principal el encuentro con la Rana <i>Oophaga lehmanni</i> , así como la contemplación de otras especies de anfibios y reptiles. Este sendero se encuentra al interior de la RFPN Río Anchicayá.
Turismo de Bienestar	
Sendero a la virgen de los Remedios	Caminata de reconexión y realización de pagos con el fin de obtener condiciones de paz, tranquilidad y reparación, que contribuyan a la curación, mejora estética, bienestar y prevención de enfermedades
Sendero al Manto de la Virgen	
Centro de Sanación el Alivio	Meditación, baño de sanación y tomas de agua
Mundo Anchicayá	Reflexología, salud por agua, masajes, medicina a base de extractos de plantas.

### Consideraciones del análisis de la oferta

- Para las actividades de baño en río, charcos, cascadas, senderismo y actividades culturales, el mercado principal son turistas regionales, especialmente de la ciudad de Cali.
- El turismo de avistamiento de aves es realizado principalmente por ciudadanos extranjeros, seguido se colombianos residentes en ciudades pertenecientes a otros departamentos.
- Existen personas con conocimientos básicos de turismo entre los prestadores de servicio, sin embargo, requiere mayor formación para el diseño de experiencias innovadoras, manejo de la parte contable y financiera, marketing digital, entre otros.
- La comunidad de la cuenca del Anchicayá está estrechamente vinculada con los paquetes ofertados en el territorio, esto se da desde actividades relacionadas con transporte, alimentación, interpretación, alojamiento, entre otros.
- Aunque hay turistas que llegan por cuenta propia al territorio y pagan por servicios de manera individual, los paquetes turísticos están diseñados para grupos debido al alto costo del transporte hasta en toda la cuenca, especialmente hasta el cañón del Anchicayá o la Sirena.
- Operadores del territorio como Anchicayá Biodiversa, Mundo Anchicayá, Destino Anchicayá, Anchicayá Travel y Taua Bienestar, actualmente comercializan paquetes de pasadías, 2 días 1 noche y 3 días 2 noches, donde se pueden realizar diferentes actividades como baño en ríos y cascadas, avistamiento de aves, senderismo, bienestar entre otros.
- Los portafolios de servicios que actualmente son presentados por los prestadores de servicios turísticos en plataformas digitales no tienen información en un segundo idioma.
- No hay puestos de salud cercanos a los puntos donde se realizan la mayor parte de las actividades turísticas

### Listado de productos por tipología

Luego de realizar los talleres participativos, las entrevistas con los prestadores de servicios turísticos y las salidas de reconocimiento, se sistematiza la información recolectada y se plantea las ideas de producto / actividades por tipologías, para el aprovechamiento turístico de la cuenca del Río Anchicayá.

Tabla 35 Listado de productos por tipología

Tipología	Subproducto	Actividad – Producto	Lugar donde se realiza la actividad
Turismo de Naturaleza	Ecoturismo	Caminata, interpretación, baño en cascadas y piscinas naturales.	La Sirena El Danubio
			Cañón del Anchicayá Siete Charcos
			Cascada la Elsa o Los Caleños
		Avistamiento de aves	Doña dora
			Reserva Natural el Paraíso – Ruta del Paragüero
			Finca el Encanto
	Aventura	Trekking	Sendero a la Virgen de los Remedios
			Sendero al Manto a la Virgen
		Ciclo montañismo	La Oculta
			Vía Simón Bolívar

Tipología	Subproducto	Actividad – Producto	Lugar donde se realiza la actividad
			Vía Cerro Tokio
		Torrentismo	Cascada la Elsa o Los Caleños
	Turismo rural: Agroturismo	Mercado Agroturístico	Corregimientos: Danubio, la Casaca, la Elsa, Queremal y San José del Salado
Turismo Cultural	Historia y gastronomía	Ruta del Quereme	Corregimiento Queremal
		Ruta Histórica Cultural	Hacienda el Bono Torre Mudéjar Monumento al Quereme Artesanías
	Festividades	Asistencias a Festivales y Celebraciones	Festival de Música colombiana y Andina
			Fiestas de San Pedro
	Religioso	Peregrinaciones y celebraciones de misas en rito católico	Caminata hacia el manto de la virgen
			Caminata a la Virgen de los Remedios
		Celebraciones de misas en ritos católicos	El Queremal
Turismo de Bienestar	Reconexión y bienestar	Caminata de reconexión y realización de pagos	Sendero Manto de la virgen
			Sendero a la Virgen de los Remedios
		Meditación, baño de sanación y tomas de agua	Centro Espiritual el Alivio
		Baños de sanación y tomas de agua	Chorrera el Alivio
		Reflexología, salud por agua, masajes, medicina a base de extractos de plantas	Mundo Anchicayá
Científico	Investigación y contemplación	Sendero de la Rana - <i>Oophaga lehmanni</i>	Reserva Natural el Paraíso

### Definición y conceptualización de producto

Los productos turísticos actuales y potenciales presentados en el documento tienen valores mínimos de operación establecidos por los prestadores de servicios turísticos del destino, valores que se incrementarán de acuerdo con la combinación de actividades y servicios: mayor número de días en el territorio (alojamiento), transporte, guía, alimentación, entre otros.

Haciendo referencia al producto Rural – Mercados Campesinos, se debe aclarar que es un producto potencial del territorio basado en los insumos ofrecidos por los campesinos de los corregimientos de la cuenca, y supeditado a la producción agrícola de la zona. Actualmente se cuenta con oferta agrupada por la asociación Asomerque en el corregimiento de El Queremal, además de ofertas individuales en diferentes sectores del territorio.

El objetivo a mediano plazo es generar más espacios (mercados campesinos) en los diferentes corregimientos, estableciendo unas condiciones mínimas de asociatividad y organización que permitan generar un espacio agradable para los turistas y visitantes.

En cuanto al producto Científico, se deja claro que tiene un potencial alto en la Reserva Natural el Paraíso, en donde la comunidad viene haciendo el aprovechamiento del recurso recibiendo biólogos y grupos de investigadores de diferentes instituciones, sin embargo, no está abierto al público en general;

este no se debe comercializar de manera directa, debido al riesgo de impacto al ecosistema y las especies que lo habitan.

Los productos turísticos de Aves y Aventura pertenecen a segmentos especializados, por lo tanto, las dinámicas de consumo son diferentes. Esto haciendo referencia a que las actividades tienen un valor más elevado que otros productos, además de necesitar la confirmación previa de los participantes, y por lo general, la visita en grupos para poderlos operar. Los **Anexos 10 y 11**, correspondientes a las fichas de productos turísticos y fichas de paquetes turísticos identificados para el destino Anchicayá contienen al detalle la descripción de los productos turísticos identificados para el destino Anchicayá y los paquetes turísticos propuestos a partir del análisis del equipo técnico y los resultados de los encuentros con la comunidad.

Por último cabe mencionar que de manera estratégica fueron definidas 4 rutas de con la finalidad de sintetizar de manera clara y atractiva para el componente de comunicación y mercadeo del destino Anchicayá, los cuales abarcan las principales motivaciones y los aspectos identificados en la definición del producto, a continuación se definen las 4 rutas en alineación a los subproductos mencionados y a la conceptualización del producto turístico y paquetes turísticos que actualmente se ofrecen en el territorio o que se proyectan para tal fin:

#### 1. Ruta de la Biodiversidad.

Esta ruta encadena los productos de turismo de naturaleza relacionados con la pedagogía y conocimiento acerca de las especies locales. Encadena a su vez el producto de turismo científico ya que está basado en el estudio y conocimiento sobre especies y composición ecológica de los ecosistemas. Esta representa la ruta bandera de Anchicayá dadas las condiciones ecológicas de la cuenca de la mano con los esfuerzos en vía a la conservación como objetivo final del Programa de Turismo de Naturaleza.

#### Subproductos turísticos asociados a la ruta

Tabla 36 Subproducto ecoturismo-Avistamiento de Aves

Producto Turismo de Naturaleza	
Subproducto: Ecoturismo	
Actividades: Avistamiento de Aves	
	
Descripción del producto	



Visita a predios privados ubicados en los corregimientos El Queremal, la Elsa y el Danubio, los cuales cuentan con infraestructura para realizar avistamiento de aves de manera tranquila y segura. Los recorridos internos son acompañados por intérpretes del territorio, quienes cuentan con conocimientos amplios del comportamiento de la avifauna.

### Experiencia

Este producto ofrece a los visitantes la oportunidad de observar una gran cantidad de especies de aves en su estado natural, disfrutando del contraste entre los colores de los plumajes y los árboles que las aves suelen visitar, mientras emocionalmente se conectan con el entorno a través de sentidos como el oído, la vista y el tacto.

Atractivo	Duración	Servicios Incluye	Precio
Doña Dora	12 horas	Ingreso al predio Alimentación	\$45.000 nacional \$60.000 extranjero
Reserva Natural el Paraíso	48 horas	Ingreso Alimentación Alojamiento Guianza Bono ambiental	\$191.000 nacional \$250.000 extranjero Mínimo 6 pax
Finca el Encanto	6 horas	Ingreso al predio Alimentación	\$ 45.000

### Servicios no incluidos

Transporte para llegar hasta cada uno de los emprendimientos

### Servicios complementarios

Recorrido por sendero de gallito de roca \$25.000 nacional - \$50.000 extranjero

### Condiciones del producto

En la Reserva Natural el Paraíso, 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)
-------	--------------	--------------	-------------------

### Nivel de alistamiento


Bajo	Medio (x)	Alto
------	-----------	------

### Consideraciones sobre el producto

Es uno de los productos con mayor potencial gracias a la gran cantidad de aves registradas a lo largo de la cuenca y los escenarios naturales como montañas, ríos y la misma carretera simón bolívar. Además, permite una conexión con el entorno de manera especial debido a la activación de sentidos como el oído, la vista y el tacto.

Es necesario que los prestadores de servicios continúen fortaleciendo la formación en temas de aviturismo y los servicios complementarios como alimentación, alojamiento y un segundo idioma (ingles).

Tabla 37 Producto de Turismo de Naturaleza-Ecoturismo Acuático

<b>Producto Turismo de Naturaleza</b>			
Subproducto: Ecoturismo acuático			
Actividades: Visita, interpretación, baño en cascada y piscinas naturales			
			
Descripción del producto			
Visita a la Reserva Forestal Nacional Protectora del río Anchicayá y el Parque Nacional Natural Farallones de Cali, interactuando con escenarios como piscinas naturales, cascadas y paisajes			
Experiencia			
Este producto permite realizar la contemplación e interacción con abundantes recursos naturales como paisajes de montaña, variedad de especies arbóreas y florales, además del contacto con fuentes hídricas limpias, lo que genera una sensación de tranquilidad y descanso.			
Atractivo	Duración	Servicios incluidos	Precio
La Sirena	2 horas	Ingreso - guianza Tarjeta de asistencia médica Alimentación	\$35.000
Cañón del Anchicayá Siete Charcos	2 - 6 horas	Ingreso - guianza Tarjeta de asistencia médica Alimentación	\$35.000
Cascada la Elsa o los Caleños	3 horas	Alimentación	\$20.000
Playitas	6 horas	Alimentación	\$20.000
Servicios no incluidos			
Transporte para llegar hasta cada uno de los puntos mencionados anteriormente.			
Servicios complementarios			
Chaleco salvavidas \$10.000 Alojamiento \$30.000			
Condiciones del producto			

En la Sirena y el Cañon del Rio Anchicayá, 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)
-------	--------------	--------------	-------------------

**Nivel de alistamiento del producto**


Bajo	Medio (x)	Alto	
------	-----------	------	--

**Consideraciones sobre el producto**

De acuerdo con lo establecido por la comunidad durante los talleres participativos, y el análisis tanto del estudio de mercado actual y como del potencial de la cuenca, este es el producto más reconocido en el territorio, teniendo como atractivos más representativos el corregimiento el Danubio con el sendero, la cascada la sirena y charco del amor.

Durante las visitas al territorio se pudo evidenciar que los atractivos requieren fortalecimiento en temas de accesibilidad. Igualmente, continuar con la formación del capital humano que realiza la interpretación del recurso ecosistémico y preparación de alimentos.

Tabla 38 Producto Turismo Científico-Investigación

<b>Producto: Turismo Científico</b>			
<b>Subproducto: Investigación</b>			
<b>Actividades: Recorrido por sendero para contemplación de la rana <i>Oophaga Lehmanni</i></b>			
			
<b>Descripción del producto</b>			
Recorrido de 2 días por la Reserva Natural el Paraíso en compañía de interprete local, teniendo la oportunidad de observar la rana <i>Oophaga lehmanni</i> entre otras especies de anfibios y reptiles, así como la contemplación de paisajes de montaña y la cascada el anillo.			
<b>Experiencia</b>			
Una inmersión en las montañas del pacífico colombiano, disfrutando de la abundan naturaleza por medio de paisajes coloridos y la contemplación de un sinnúmero de especies de fauna local.			
Atractivo	Duración	Servicios incluidos	Precio
Rana <i>Oophaga lehmanni</i>	2 días	Bono ecológico Alimentación Guianza – Interprete Alojamiento	\$191.000 nacional \$250.000 extranjero

		Tarjeta de asistencia medica	
<b>Servicios no incluidos</b>			
Transporte para llegar hasta la Reserva Natural el Paraíso.			
<b>Servicios complementarios</b>			
Caballo para transporte de personas o equipos \$150.000			
<b>Condiciones del producto</b>			
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura.			
<b>Mercado</b>			
Local	Regional ( )	Nacional (x)	Internacional (x)
<b>Nivel de alistamiento</b>			
Bajo (X)	Medio	Alto	
<b>Consideraciones sobre el producto</b>			
Se deja claro que el producto tiene un potencial alto en la Reserva Natural el Paraíso, en donde la comunidad viene haciendo el aprovechamiento del recurso recibiendo biólogos y grupos de investigadores de diferentes instituciones, sin embargo, no está abierto al público en general; este no se debe comercializar de manera directa, debido al riesgo de impacto al ecosistema y las especies que lo habitan.			

## 2. Ruta de Aventura

Hace referencia al encadenamiento de actividades relacionadas con *trekking* o senderismo de dificultad media-alta, los cuales representan una modalidad deportiva y con alto carácter de aventura dadas las condiciones de cada uno de los senderos en los cuales se desarrolla esta actividad. Estos senderos presentan un componente importante de interpretación ambiental y valoración de la biodiversidad local. Adicionalmente, también incluye actividades de ciclo-montañismo que se realizan a lo largo de las vías principales, secundarias y terciarias del área protegida y de su zona de influencia.

Tabla 39 Producto Turismo de Naturaleza-Deporte y Aventura

<b>Producto Turismo de Naturaleza</b>			
Subproducto: Deporte y Aventura			
Actividades: Trekking, Rivering, Ciclomontañismo			
			
Descripción del producto			
Visita y recorrido en diferentes escenarios de la cuenca del río Anchicayá como la vía Simón Bolívar, senderos de exigencia física media alta, cascadas, piscinas naturales, vía cerro Tokio, entre otros.			
Experiencia			



Este producto invita a los visitantes a realizar actividades terrestres, acuáticas y de descenso sobre roca, en donde la adrenalina, la sensación de libertad y el contacto con la naturaleza, permiten vivir momentos inolvidables en el territorio.

Atractivo	Duración	Servicio incluidos	Precio
Sendero Virgen de los Remedios (Trekking)	6 horas	Guianza – interprete Bono ambiental Tarjeta de asistencia medica Alimentación	\$80.000
Sendero Manto de la Virgen (Trekking)	6 horas	Guianza – interprete Tarjeta de asistencia medica Bono ambiental Alimentación	\$80.000
Finca la Oculta (Rivering)	6 horas	Guianza - Interprete Tarjeta de asistencia medica Alimentación	\$70.000
Vía Simón Bolívar Vía Cerro Tokio (Ciclomontañismo)	Sin límite de tiempo	Alimentación Hidratación	\$25.000
Cascada la Elsa o Los Caleños (torrentismo)	3 horas	Implementos de seguridad y acompañamiento de personal certificado para ejecución de la actividad	\$90.000

Transporte para llegar hasta cada uno de los lugares mencionados anteriormente.

#### Servicios complementarios

Caballos para el traslado de personas \$80.000

#### Condiciones del producto

En el sendero al Manto de la Virgen, Virgen de los Remedios y la Oculta, producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura. En la Cascada la Oculta, debe contar con el acompañamiento del personal experto en temas de seguridad en el descenso por casada.

#### Mercado

Local	Regional (x)	Nacional (x)	Internacional (x)

#### Nivel de alistamiento

Bajo	Medio (x)	Alto

#### Consideraciones sobre el producto

Las actividades de Ciclomontañismo no están siendo lideradas por grupos comunitarios o particulares en el territorio, sin embargo, debido al potencial del territorio en escenarios para la práctica de dicha actividad, se integra a las actividades aventura. La recomendación es organizar una oferta que permita realizar paradas en puntos estratégicos, en donde los ciclistas consuman alimentos y bebidas, aportando de manera directa a la economía de las comunidades anfitrionas.

Con respecto a la actividad de torrentismo en la cascada la Elsa o los Caleños, el operador Mundo Anchicayá informa que vienen trabajando con personal certificado para la realización de dichas actividades, además de contar el respectivo registro nacional de turismo.

### 3. Ruta de Bienestar

Esta ruta encadena los productos y atractivos relacionados con caminatas de reconexión y realización de pagamentos, meditación en la naturaleza, baños de sanación y tomas de agua, reflexología, salud por agua, masajes, medicina a base de extractos de plantas. Si bien el producto se encuentra totalmente desencadenado, se trata de una oferta de servicios y atractivos que actualmente se ofrecen en el destino.

<b>Producto Turismo de Bienestar</b>			
<b>Subproducto: Reconexión y bienestar</b>			
<b>Actividades: caminatas, conexión con la naturaleza, contacto con medicinas a base de extractos de plantas, meditación, sanación por agua</b>			
 			
Fotos By: Mundo Anchicayá, Edwin Laso, Matías Escudero			
<b>Descripción del producto</b>			
Caminata por senderos mientras se contemplan paisajes de montañas y abundante naturaleza, ingreso a espacios orientados por la fe y la conexión interna, así como el contacto como la realización de actividades que permiten el contacto con medicinas a base de extractos de plantas			
<b>Experiencia</b>			
Este producto que permite realizar una reconexión a nivel físico, mental, emocional y espiritual, a través del contacto con elementos naturales como el agua, aire, tierra y fuego, así como terapias complementarias que generan una experiencia enriquecedora para el visitante.			
Atractivo	Duración	Incluye	Precio
Sendero Manto de la virgen	6 horas	Tarjeta de asistencia médica, almuerzo, bono ecológico, guianza	\$80.000

Sendero a la Virgen de los Remedios	6 horas	Tarjeta de asistencia médica, almuerzo, bono ecológico, guianza	\$80.000
Centro Espiritual el Alivio	1 hora	Atención gratuita Se sugiere aporte	\$20.000
Mundo Anchicayá	5 horas	Insumos para el tratamiento de bienestar Alimentación saludable	\$90.000
<b>Servicios no incluidos</b>			
Transporte para llegar a cada uno de los emprendimientos mencionados			
<b>Servicios complementarios</b>			
Caballo para el transporte de personas o diferentes elementos \$80.000			
Productos elaborados a base de plantas \$30.000 en adelante			
<b>Condiciones del producto</b>			
En los senderos Manto de la virgen y Virgen de los Remedios, se debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura			
<b>Mercado</b>			
Local	Regional ( )	Nacional (x)	Internacional (x)
<b>Nivel de alistamiento</b>			
Bajo	Medio (x)	Alto	
<b>Consideraciones sobre el producto</b>			
Las personas que acuden al Centro Espiritual el Alivio lo hacen basado en la fe del poder curativo de las personas que atienden en el lugar. Mientras tanto, las personas que realizan la sanación no realizan ningún cobro, es un servicio voluntario. Por lo tanto, en la elaboración del producto se ha sugerido un aporte mínimo para el Centro Espiritual.			

#### 4. Turismo Cultural

Esta ruta abarca componentes esenciales de la región, que determinará la autenticidad y la identidad del territorio. En este aspecto, el patrimonio cultural que encierra elementos como la historia, las creencias religiosas, las representaciones artísticas y culturales, la gastronomía y su relación con el cuidado del medio ambiente, son actividades y atractivos que encadenan la ruta Cultural de Anchicayá, que abarca dichos elementos creando oportunidades económicas para locales a partir de la generación de identidad y arraigo en el desarrollo de actividades que hacen referencia a dichos elementos.

TERRITORIO ENCANTADOR



Tabla 40 Turismo Cultural - Religioso

Producto Turismo Cultural			
Subproducto: Religioso			
Actividades: Visita a lugares históricos, naturales con enfoque religioso y artesanías			
			
			
Descripción del producto			
<p>Recorrido por lugares considerados sagrados por la comunidad del Anchicayá, debido a que fueron habitados por tribus indígenas en siglos pasados y, según la tradición oral de la comunidad, fue escenario de la aparición de la estatua de la virgen de los remedios o montañerita cimarrona, de la cual son devotos la mayor parte de los habitantes de la cuenca.</p>			
Experiencia			
<p>Este producto permite realizar peregrinaciones, ofrendas y pagos durante el trayecto, mientras se disfruta de un abundante paisaje natural conformado por montañas, avifauna y los ríos San Juan, Cavas y Digua.</p>			
Atractivo	Duración	Servicios incluidos	Precio
Sendero Manto de la Virgen (Religioso)	6 horas	Guianza -Interprete Alimentación Ingreso a predios Bono ambiental Tarjeta de asistencia médica	\$85.000
Sendero Virgen de los Remedios (Religioso)	6 horas	Guianza -Interprete Alimentación Ingreso a predios Bono Ambiental	\$85.000



		Tarjeta de asistencia médica	
<b>Servicios no incluidos</b>			
Transporte para llegar a los corregimientos San José del Salado, Queremal y la Elsa			
<b>Servicios complementarios</b>			
Transporte en caballo para personas y diferentes elementos \$80.000 Compra de quedo \$7.000			
<b>Condiciones del producto</b>			
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura			
<b>Mercado</b>			
Local	Regional (x)	Nacional (x)	Internacional (x)
<b>Nivel de alistamiento</b>			
Bajo	Medio (x)	Alto	
<b>Consideraciones sobre el producto</b>			
El trayecto es de aproximadamente 13 kilómetros ida y regreso con un nivel de dificultad medio alto, además de presentar desniveles que pueden presentar riesgo para quienes deciden realizar el recorrido, sobre todo en época de invierno. Por tal motivo se recomienda que las personas cuenten con elementos importantes como zapato cerrado y con buen agarre, agua para hidratarse, alimentos ligeros que proporcionen energía, ropa de cambio y otras que considere pertinentes.			

Tabla 41 Turismo Cultural-Historia y Gastronomía

Producto Turismo Cultural			
Subproducto: Historia y Gastronomía			
Actividades: Visita a lugares históricos y artesanías			
Descripción del producto			
<p>Recorrido que ofrece la oportunidad de visitar una de las haciendas más famosas del territorio, la iglesia de estilo mudéjar más antigua del Valle del Cauca, el monumento a la flor del Quereme, fincas con oferta de avistamiento de aves, sendero por el río San Juan, local de artesanías, entre espacios de interés cultural y natural de la Cuenca del río Anchicayá</p>			
Experiencia			
<p>Recorrido por escenarios con importante representación histórica, gastronómica y arquitectura, así como espacios con abundante naturaleza, monumentos, artesanías, entre otros, permitiendo conocer gran parte de la historia de Dagua, el contexto de la primera carretera que comunicó a Santiago de Cali con Buenaventura, el primer asentamiento entre estas dos ciudades, la riqueza cultural representada en festividades y un sinnúmero de historias alrededor de la flor insignia del territorio; el Quereme.</p>			
Atractivo	Duración	Servicios incluidos	Precio
Ruta del Quereme	8 horas	Guianza -Interprete Alimentación Ingreso a predios	\$80.000 Mínimo 4 pax

(Historia, naturaleza y diversión)		Suvenir Tarjeta de asistencia médica	
Ruta Histórica Cultural	8 horas	Guianza -Interprete Alimentación Ingreso a predios Suvenir Tarjeta de asistencia médica	\$80.000 Mínimo 4 pax
<b>Servicios no incluidos</b>			
Transporte para llegar a los corregimientos San José del Salado, Queremal y la Elsa			
<b>Servicios complementarios</b>			
Artesanías \$10.000 - \$50.000 Pescado \$8.000 x libra			
<b>Condiciones del producto</b>			
El producto debe contar en todo momento con el acompañamiento de un intérprete ambiental local para tener una experiencia auténtica, idónea y segura			
<b>Mercado</b>			
Local	Regional (x)	Nacional (x)	Internacional (x)
<b>Nivel de alistamiento</b>			
Bajo	Medio (x)	Alto	
<b>Consideraciones sobre el producto</b>			
<p>El producto no contempla el servicio de transporte para realizar las respectivas visitas y reconocimiento de cada uno de los espacios contemplados, debido al alto costo que este representa en el territorio. Por tal razón, los visitantes podrán coordinar la prestación de este servicio con el operador local, de acuerdo con las especificaciones que este tenga establecidas</p> <p>Algunos de los escenarios incluidos en el producto cuentan con actividades que bien podrían representar visitas de todo un día (pasadía), o incluso programas de dos días y una noche.</p>			

Tabla 42 Turismo Cultural-Agoturismo

<b>Producto Turismo de Cultural</b>	
Subproducto: Agroturismo	
Actividades: Pesca con vara, compra de productos agrícolas a Campesinos	
	
<b>Descripción del producto</b>	
Visitas a comunidades rurales teniendo la oportunidad de adquirir productos agrícolas locales en diferentes presentaciones y realizar actividad relacionadas con la pesca. Como oferta	

complementaria están la contemplación de paisajes de montaña, el baño en río charcas y cascadas, alimentación y hospedaje.

#### Experiencia

Este producto permite la interacción con comunidades rurales donde se conoce su forma de vida, historia y costumbres, además de tener un espacio de diversión y entretenimiento con las actividades asociadas a la pesca.

Atractivo	Duración	Servicios incluidos	Precio
Pesca con vara (Hacienda el Bono)	3-6 horas	Alimentación Alquiler vara de pescar Insumo para pesca	\$50.000
Mercados campesinos (Organizado por Asomerque y la oferta individual en los diferentes sectores de la cuenca)	Sin tiempo limite	N/A	\$30.000

#### Servicios no incluidos

Transporte hasta los puntos donde se ofertan los productos.

#### Servicios complementarios

Alojamiento \$30.000

Alimentación \$20.000

#### Condiciones del producto

Mercado			
Local (x)	Regional (x)	Nacional (x)	Internacional (x)
Nivel de alistamiento			
Bajo (x)	Medio ( )	Alto	

#### Consideraciones sobre el producto

Los Mercados Campesinos son un producto potencial del territorio basado en los insumos ofrecidos por los campesinos de los corregimientos de la cuenca, y supeditado a la producción agrícola de la zona (productos de temporada - cosechas). Actualmente se cuenta con oferta agrupada por la asociación Asomerque en el corregimiento de El Queremal, además de ofertas individuales en diferentes sectores del territorio.

El objetivo a mediano plazo es generar más espacios (mercados campesinos) en los diferentes corregimientos, estableciendo unas condiciones mínimas de asociatividad y organización que permitan generar un espacio agradable para quien los turistas y visitantes. Por ahora, los visitantes pueden adquirir los productos que ya son comercializados en el territorio en los diferentes corregimientos.

Es necesario articular esfuerzos entre los pequeños agricultores-campesinos, prestadores de servicios turístico, las autoridades ambientales y la institucionalidad local, para organizar y fortalecer la oferta del territorio.



### 3.4.2 Definición de la marca y análisis de percepción de marca:

Con la finalidad de desarrollar el producto turístico, su marca y concepto de manera concertada y validada con la comunidad, además de las encuestas realizadas se llevó a cabo un taller de creación de marca con el fin de involucrar a la comunidad en la creación de su imagen para afianzar el sentido de pertenencia y crear valor de identidad con la imagen.

De esta manera el taller partió de una socialización de los resultados del Desarrollo del Producto, con el fin de tener elementos de partida para la definición de la marca y concepto

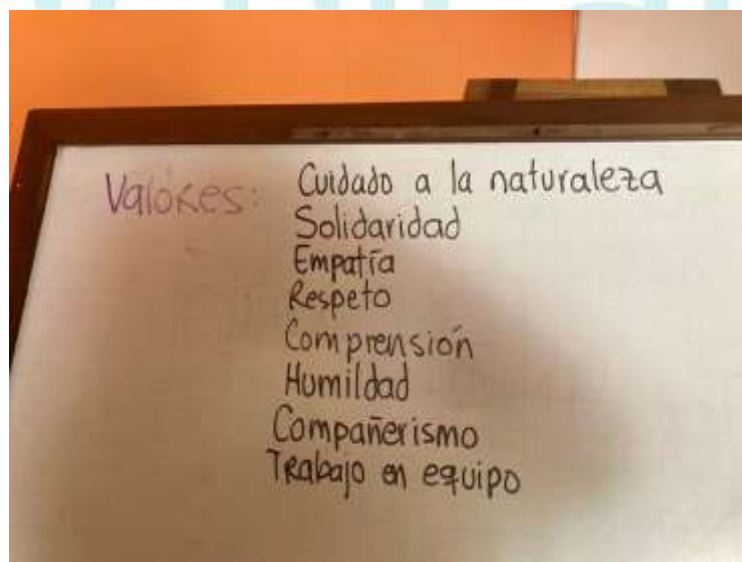
La metodología de BiotacoraCOL, facilitada por la consultora Lina Bautista profesional de turismo de naturaleza del equipo técnico del programa, fue adaptada con la finalidad de generar los elementos de base del *brief* de marca o resumen de marca como insumos para que el equipo de diseño gráfico realice su labor creativa basada en los aportes de la comunidad participante (Anexo 15). Esta metodología plantea 5 momentos:

**Calentamiento:** Un conversatorio para contextualizar a los participantes y despertar su curiosidad e imaginación aterrizada al territorio turístico deseado empleando las siguientes preguntas direccionadoras:

- 1- ¿Cómo es el nombre de tu destino?
- 2- ¿Qué servicios o productos se ofrecen en tu destino?
- 3- ¿Cuánto tiempo lleva el destino en el mercado?
- 4- ¿Cuál es la motivación de crear este destino en conjunto? él "para qué" estamos aquí?
- 5- Describe el valor diferencial del destino.

#### 1. Valores de marca

En este punto se desarrolla un conversatorio en torno a los valores de identidad que queremos promover como destino, además de aquellos valores que queremos promover en quienes nos visitan, entre los cuales se destacan los siguientes:

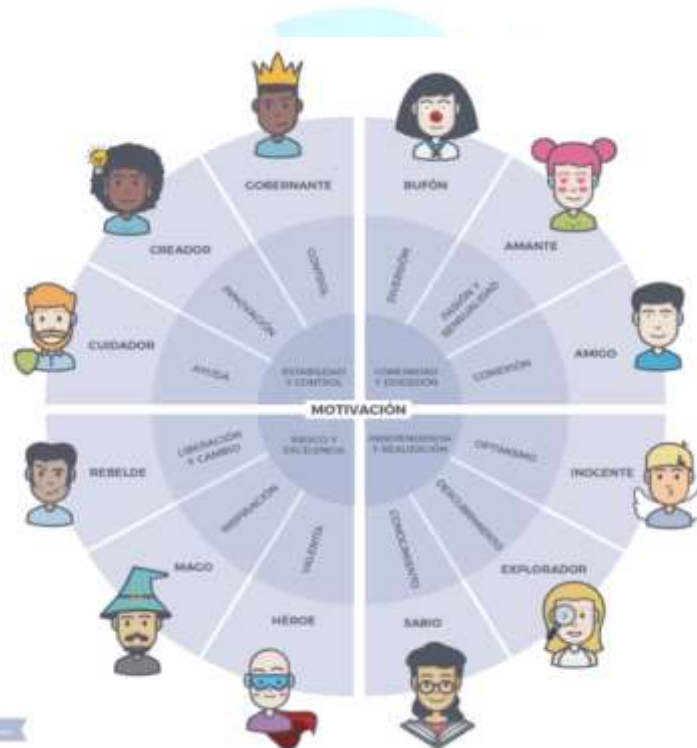


Fuente: Creación de marca Destino Anchicayá

Estos valores se alinean con los objetivos de conservación del programa de turismo de naturaleza con el enfoque de generar beneficios locales y como estrategia que apoya la gestión de la CVC como organismo de control ambiental en el territorio. Adicionalmente se promueve la articulación sectorial para la gestión comunitaria de la actividad turística para cumplir con dicho fin.

## 2. Arquetipo de marca

Con el objetivo de visualizar una personalidad para la marca del destino y facilitar su identificación, se empleó una metodología basada en los 12 arquetipos de Carl Jung (Jung, 2003), en la cual se realiza un ejercicio de familiarización con las 12 personalidades mediante su descripción y unas preguntas direccionadas hacia cada personaje en relación con los atractivos y el producto de naturaleza proyectado.

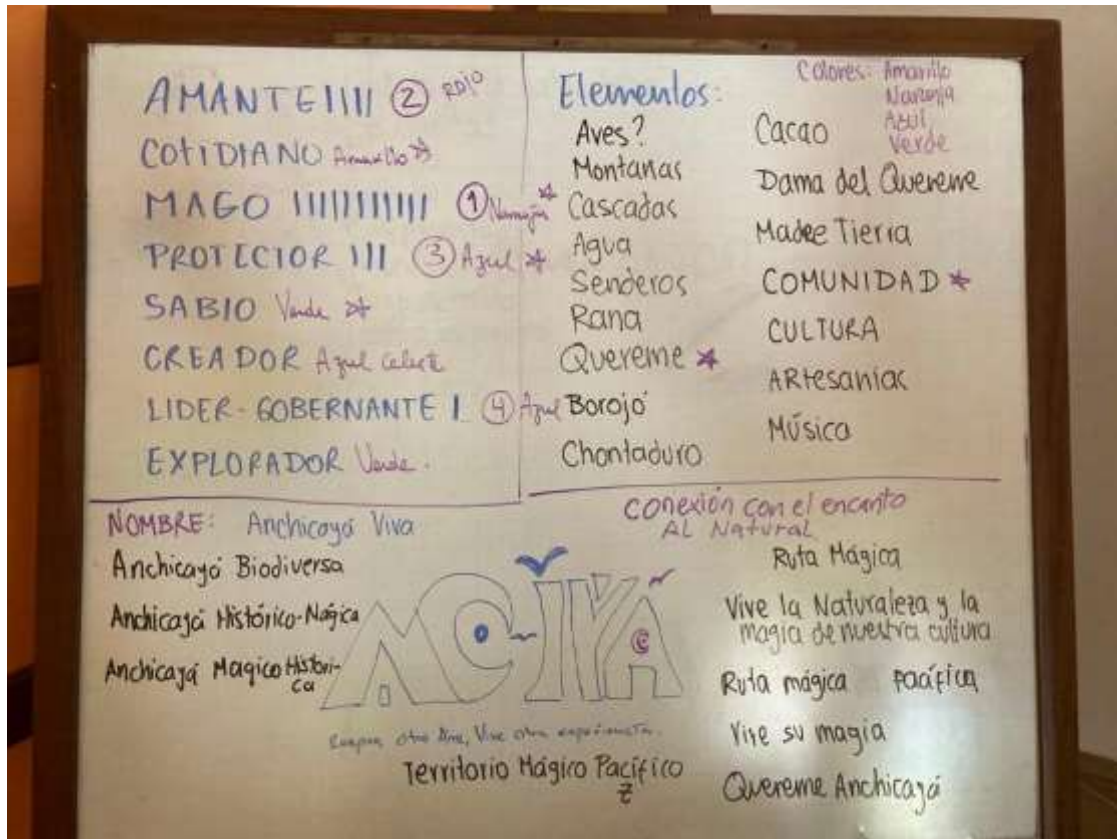


Fuente: Ondho Agencia de Marketing-[www.ondho.com](http://www.ondho.com)

Una vez los participantes están familiarizados con los personajes, se realizó una votación para definir los 3 o 4 personajes predominantes, a continuación, mostramos el resultado de este ejercicio:

TERRITORIO ENCANTADOR

Figura 40 Creación de marca Destino Anchicayá



Fuente: Creación de marca Destino Anchicayá

La importancia del arquetipo de marca como herramienta que permite dar personalidad al producto y así ayudar a facilitar su identificación. Adicionalmente la marca es la base para poder generar recordación, lograr lealtad en el mercado y generar empatía en la forma y contenido del mensaje de comunicación tanto para la comunidad como para los visitantes.

En este ejercicio surgieron los cuatro arquetipos más votados como los referentes de la personalidad de la marca Destino Anchicayá:

1. **MAGO**: Hace referencia al encanto de la naturaleza y la magia que encierran sus espacios naturales inmersos en elementos de fantasía como la magia del Quereme para atraer el amor, la historia de la aparición de la Virgen de los Remedios en la Cascada Manto de la Virgen y otros elementos fantásticos que encierra el lugar con sus ríos y cascadas como fuente de vida.
2. **AMANTE**: Hace referencia especialmente al efecto del Quereme como elemento emblemático y presente a lo largo del territorio, un territorio que enamora que brinda espacios para enamorarse y enamorar.
3. **PROTECTOR**: Hace referencia al rol de los actores locales de turismo en la conservación de la biodiversidad y el manejo responsable de los recursos naturales a través de las actividades turísticas. Adicionalmente también hace alusión a la protección y seguridad que la comunidad quiere brindar para el turista dados los eventos de conflicto que siguen latentes en el territorio a causa de la presencia de actores armados.
4. **LÍDER-GOBERNANTE**: Puesto que uno de los objetivos del programa de turismo de naturaleza y en la formulación de una figura que permita organizar y articular a los

actores para la prestación de la actividad turística de manera organizada por la comunidad local, con el objetivo de un desarrollo sostenible y regenerativo.

Es importante resaltar que el proceso de definición de la marca y análisis de percepción de esta fue un proceso que parte desde la comunidad para que tenga una mayor legitimidad y la misma se identifique plenamente con la marca.

### 3. Definición de colores de la marca

Una vez identificados los arquetipos de la marca, se dio paso a la definición de colores respecto a estas personalidades haciendo referencia a la psicología del color en el marketing:

**PSICOLOGÍA DEL COLOR EN EL marketing digital**

Color	Emociones	Marketing	Más utilizados
<b>AZUL</b>	- Inteligencia - Pureza - Honestidad	- Expansivo y creativo - Organización de seguridad y confianza	☁️, 📺, ⚡️, ✈️, 📱, ⌚
<b>ROJO</b>	- Diversión - Calidez - Agresividad	- Pasión - Energía - Peligro	📺, ✖️, 🚗, 🍂
<b>VERDE</b>	- Naturaleza - Fricción - Crecimiento	- Salud - Seguridad - Originalidad	✖️, 🍂, 🏠, ⚡️, 🧠, ⌚
<b>AMARILLO</b>	- Optimismo - Calidez - Amabilidad	- Se le asocia con la felicidad	✖️, 🍂, 🏠, ⚡️
<b>NARANJA</b>	- Innovación - Multitudinal - Amoral	- Mente a lo acción - Es amigable, confiable y alegre	✖️, 🍂, ⚡️, 🧠
<b>MORADO</b>	- Lujos - Realidad - Sabiduría	- Dignidad - Misticismo - Espiritualidad y creatividad	✖️, 📺, ⌚, ✈️, 🧠, 🧥
<b>ROSA</b>	- Diversión - Presunción - Pasividad	- Trascendencia - Intelecto - Introversión y personalidad	👤, ✖️, 🧥
<b>CAFÉ</b>	- Madurez - Realidad - Natural	- Tierra - Simplicidad - Exotismo	👤, ✖️, 🧥, 🍂, ⚡️, 🏠
<b>BLANCO</b>	- Pureza - Limpieza - Simplicidad	- Seguridad - Honestidad - Simplicidad	✈️, 📺, 🧠, 🍂, 🧥, 🏠
<b>NEGRO</b>	- Poder - Sofisticación - Prestigio	- Transmite seriedad, estatus, exclusividad y alta calidad	📺, ✖️, 🚗, 🍂, 🧥, 🏠

**Simbología**

🍂 Naturaleza	👤 Prod. Humana	📺 Finanzas	🧠 Inteligencia
🏠 Pertenencia	🚗 Prod. Mecánica	✖️ Introversión	⚡️ Energía
📺 Tecnología	✈️ Línea Aérea		

HAILCLICK | www.hailclick.com.mx

Tomado de [www.hailclick.com.mx](http://www.hailclick.com.mx)

Ejercicio que definió los colores: Naranja, Verde y Azul como colores que plasman la personalidad del destino.



#### 4. Nombre y slogan

Frente a la definición de nombres y slogan se desarrolló un ejercicio de lluvia de ideas que permitiera al equipo gráfico complementar los elementos anteriormente definidos por la comunidad para plasmar sus ideas en la propuesta de marca:

Entre los nombres propuestos se mencionó que la palabra ANCHICAYÁ debía estar, puesto que es el nombre del Cañón del Río como eje articulador que reúne la ruta desde San José del Salado hasta el Danubio.

#### Los nombres propuestos:

Anchicayá Viva (Haciendo alusión al festival que viene promoviendo y posicionando la CVC).

Anchicayá Biodiversa

Anchicayá Histórico-Mágica o Anchicayá Mágico-Histórica

#### Los slogans propuestos:

Territorio Mágico Pacífico  
Conexión con el encanto al natural  
Respira otro aire, vive otra experiencia  
Ruta mágica  
Vive la naturaleza y la magia de nuestra cultura  
Ruta mágica pacífica  
Vive su magia  
Quereme Anchicayá

Por último, uno de los participantes de la comunidad realizó un bosquejo de una propuesta para el logo de Destino Anchicayá, el cual se plasma en la imagen anterior. La reunión fue grabada en un audio y junto con la información del taller sistematizada, se entregó como insumo para que el equipo gráfico realizara el diseño de la propuesta de la imagen de la marca.

Posteriormente, se presentó a la comunidad local los resultados del Desarrollo del Producto, su marca y concepto para que sea concertado y validado por la misma, para esto se llevó a cabo un foro para evaluar la perspectiva comunitaria sobre las propuestas gráficas para la marca.

La jornada comenzó con la presentación de la marca del destino Anchicayá, realizada por Orlando Salcedo del equipo de Samanea, quien socializó los argumentos empleados por el equipo de diseño gráfico para crear el logo y la marca del destino Anchicayá. En especial hizo énfasis en las actuales tendencias de otros destinos a nivel mundial, y la funcionalidad de un logo geométrico que facilitara la recordación en el público objetivo.

A partir de esta presentación se dio paso a los aportes por parte de los miembros de la comunidad que participaron compartiendo las siguientes percepciones individuales:

*"Me parece magnífico todo el trabajo que se ha realizado desde el inicio y a nivel personal me gustaría que la A del medio fuera una figura geométrica diferente a la "a" me gustaría que fuera diferente. Una figura que fuera más representativa del territorio. Por ejemplo, la rana, una cascada"*

*"Comparto la idea anterior y de pronto sugeriría un círculo con unos puntos"*

*“A mi criterio el logo como tal no transmite lo que es Anchicayá, no veo la naturaleza, el recurso hídrico o la variedad de cultura que hay allí”*

*“En mi opinión el logo como tal me gustaría que estuviera en la montaña sobre el cañón en sí”*

*“Hace falta que el logo representa a la naturaleza, de una manera más orgánica a la figura tan geométrica”*

*“El color naranja lo primero que me transmite es CELSIA y creo que el producto de naturaleza podría estar asociado a la empresa dado su presencia allí”*

Entre los colores seleccionados fueron sugeridos el azul y el verde como alternativa al naranja de CELSIA, colores que también fueron seleccionados en el taller de diseño de marca.

Como slogan alternativo a TERRITORIO MÁGICO, surgieron las siguientes propuestas: Territorio que seduce, Territorio que emociona. Territorio natural, territorio que inspira, territorio que enamora, territorio que encanta, territorio de encanto.

Con estas observaciones se sugirió llevar estos aportes al equipo de diseño gráfico para que ellos realizaran los ajustes pertinentes al diseño de la marca del destino Anchicayá

La importancia de la marca como herramienta de publicidad y de mercadeo principalmente, permite dar personalidad al producto y así ayudar a facilitar su identificación, además la marca es la base para poder generar recordación y lograr lealtad en el mercado. El proceso de definición de la marca y análisis de percepción de esta es un proceso que parte desde la comunidad para el que tenga una mayor legitimidad y la misma se identifique plenamente con la marca.

A continuación, el resumen del proceso creativo por parte del equipo creativo de WHISPER, para la elaboración de la Marca Destino Anchicayá, se destacan los elementos claves de identidad del territorio, en los que se representa la flor de Quereme, la letra “a” representando la inicial de Anchicayá y del amor, la comunidad como agente articulador del turismo en el destino y la ancestralidad del territorio.

Figura 41 Marca Destino Anchicayá





En el **Anexo 12**. Se encuentra el archivo editable de la Marca Anchicayá.

### 3.5 Plan de mercadeo

#### 3.5.1 Análisis Sectorial

Basado en revisión de literatura se realizó un análisis del comportamiento del sector del turismo a nivel internacional, nacional y local, que incluye proyecciones del país en el sector, crecimiento interno del consumo nacional en destinos turísticos, acciones gubernamentales para incentivar el turismo, entre otros aspectos.

##### *Turismo internacional*

En 2020, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que supuso un notable decrecimiento con respecto al año 2019 debido a las restricciones derivadas de la pandemia de COVID-19. Aun así, la importancia global del sector sigue siendo evidente. Y es que la industria turística es responsable de la creación de más de 270 millones de empleos, entre directos e indirectos en sectores como la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y el ocio en general. Además, su aportación al PIB mundial superó los 4,5 billones de dólares estadounidenses en el último año, como lo hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC), por sus siglas en inglés. (Estatista, Abigail Orús, 2021)

De acuerdo con Zurab Pololikashvili, secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO), "El turismo internacional sigue adelantado a la economía mundial". Impulsadas por una economía mundial relativamente fuerte, una creciente clase media en las economías emergentes, avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, unos costos de viaje asequibles y la simplificación del régimen de visados, las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% en 2018 hasta alcanzar la cota de los 1.400 millones. Esta cifra se ha alcanzado dos años antes de lo que la OMT había previsto. (OMT, 2019)

Al mismo tiempo, los ingresos por exportaciones generados por el turismo aumentaron hasta los 1,7 billones de dólares, lo que convierte al sector en una verdadera locomotora mundial de crecimiento económico y desarrollo, que impulsa la creación de más y mejores puestos de trabajo y sirve de

catalizador de la innovación y el emprendimiento. En resumen, el turismo está ayudando a mejorar la vida de millones de personas y a transformar comunidades enteras. (OMT, 2019).

Por otro lado, el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales permite que tanto las economías emergentes como las avanzadas se están beneficiando del aumento de los ingresos del turismo. Esto se ve reflejado en que, por séptimo año consecutivo, las exportaciones turísticas crecieron más deprisa que las exportaciones de mercancías, lo cual redujo en muchos países el déficit comercial. (OMT, 2019).

Gráfico 56 Ingresos de exportación por turismo internacional

Por séptimo año consecutivo, el total de los ingresos de exportación por turismo internacional creció más deprisa que las exportaciones de mercancías



Ingresos de exportación del turismo internacional y exportaciones de mercancías (%)  
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) y Organización Mundial del Comercio (OMC).

Fuente: Panorama del turismo internacional - Edición 2019, p 8

Gráfico 57 Exportaciones en el mundo

El turismo es la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo, después de los productos químicos y los combustibles, y por delante de la automoción y de los productos agroalimentarios (2017)



Ingresos de exportación por categoría de productos (USD miles de millones)  
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) y Organización Mundial del Comercio (OMC).  
Nota: El ranking de categorías de exportación para 2018 estará disponible a finales de 2019.

Fuente: Panorama del turismo internacional - Edición 2019, p 8

Este crecimiento del turismo conlleva una mayor responsabilidad a la hora de garantizar una gestión efectiva de los destinos que logre minimizar cualquier efecto adverso que pueda generar la práctica turística. Gestionar el sector de manera sostenible y en beneficio de todos es hoy más importante que nunca; se necesita crecer más en valor y no solo en volumen. La digitalización, la innovación, una mayor accesibilidad y ciertos cambios sociales seguirán moldeando el sector turístico, y tanto los destinos como las empresas tendrán que adaptarse para seguir siendo competitivos, a la vez que hacen que el turismo contribuya a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a construir un futuro mejor para todos. (OMT, 2019)



Aquí es importante recordar la proyección realizada por la OMT para el turismo entre el 2010 y el 2030, en donde se incluyen factores sociales, políticos, económicos, medioambientales y tecnológicos que han configurado el turismo en el pasado y de los cuales se espera que influyan en el sector en el futuro. De acuerdo con estas proyecciones, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3,3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Según el ritmo de crecimiento previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1.400 millones en 2020 y 1.800 millones en 2030. (OMT, 2017)

Los antecedentes anteriormente planteados, permiten tener un panorama claro sobre la importancia del turismo en la economía mundial y las proyecciones que se tienen asociadas al sector. Gran parte de los países alrededor del mundo están apostando cada vez más a generar condiciones que permitan mejorar la competitividad y generar un crecimiento considerable de sus economías basadas en la activación de la cadena productiva del turismo; alojamiento, alimentación, transporte y todos los servicios complementarios que generen valor agregado en los destinos. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

### *Turismo Nacional*

El turismo en Colombia viene representando un crecimiento importante de acuerdo con todas las estadísticas presentadas por el Centro de Información Turística (CITUR). De acuerdo con sus reportes, el producto Interno Bruto – PIB en el año 2018 cerró en \$854 billones aumentando 2,66% respecto al 2017. Por su parte, el PIB correspondiente a alojamiento y servicios de comida presentó un crecimiento de 3,74% respecto al año 2017, puesto que pasó de 31.717 a 32.904 (miles de millones de pesos). En cuanto al empleo en el 2018, el turismo generó 1.974.000 puestos, lo que significa 71.000 nuevos empleos respecto a lo registrado durante el año 2017, representando un incremento del 3,74%. (MINCIT - CITUR 2022)

Desde esta realidad y con antecedentes anteriores, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha considerado el turismo como un medio con el cual se puede llegar a desarrollar la economía del país, por lo tanto ha venido desarrollando políticas asociadas al turismo como la infraestructura turística, turismo cultural, turismo sostenible, turismo de naturaleza, competitividad turística, mercadeo y promoción turística, turismo social, calidad turística, así como el plan sectorial de turismo y el plan estratégico de seguridad turística. Los cuales tienen entre sus objetivos fortalecer los procesos de formulación, planeación, gestión, evaluación y seguimiento de proyectos para el desarrollo sostenible de la diversidad cultural del país, desarrollo competitivo, el mercadeo y la promoción de los destinos y el desarrollo de productos con competencia de innovación. (MINCIT-2022)

Lo anteriormente descrito se ha planteado como estrategia de diversificación de la economía y los sectores productivos del país, puesto que, según los reportes del Ministerio de Comercio y la Oficina de Estudios Económicos, Colombia sigue dependiendo del sector primario y secundario como su principal motor de la economía. En el 2020, el sector primario representó el 12,9% del PIB, los principales productos fueron los agropecuarios: café, banano, flores, caña de azúcar, ganado, arroz. Por otra parte, en los recursos minero-energéticos es destacada la producción de carbón, petróleo, gas natural, mineral de hierro, ferróniquel y oro. (Perfil de Colombia - Contexto Macroeconómico 2020)

El sector secundario participó del 17,6%, en la industria resaltan los textiles, productos químicos, metalurgia, cemento, envases de cartón, resinas plásticas y bebidas. El sector terciario representó el 69,5% del PIB con importancia de los servicios, en especial, de la dinámica del turismo. En el 2020 por

causa de la pandemia se vieron afectadas, el número de visitantes no residentes (1,38 millones) se redujo 69,4% frente a 2019. (Perfil de Colombia -Contexto macroeconómico 2020)

Con este panorama, es importante recalcar que, para OMT, Colombia es una economía emergente donde pronostican un crecimiento de la actividad turística como un destino que ofrece múltiples alternativas. Las estadísticas hablan que las llegadas de turistas internacionales a dichos destinos crecerán (4,4% al año) respecto a las economías avanzadas (2,2% al año). Se prevé que en 2015 las llegadas a economías emergentes superen a las de economías avanzadas. En 2030, el 57% de las llegadas internacionales se registran en destinos de economías emergentes (frente al 30% de 1980) y el 43% en destinos de economías avanzadas (frente al 70% en 1980). (OMT, 2017)

Según el comportamiento interno de turismo en Colombia, en el 2018 se registraron un total de 23.315.879 llegadas de pasajeros aéreos nacionales, representando un incremento del 4,02% respecto al 2017. En cuanto a los pasajeros internacionales, registró en el 2018 un total de 6.800.440 llegadas, representando un incremento del 11,05% respecto al 2017. Con respecto a la ocupación hotelera, el año 2018 registró una ocupación de 56,71%, esto representa un incremento de 0,72 puntos porcentuales respecto al 2017. En cuanto a prestadores de servicios turísticos, el país registró un total de 31.279 en el año 2018. (CITUR, 2022)

En cuanto a las campañas para incentivar y promover turismo, Colombia creó la marca país como una estrategia de posicionamiento internacional que le permitiera dinamizar el sector comercial para atraer más inversión y turismo. Prueba de ello es el lanzamiento de 'Colombia es Pasión' en el año 2005, marca que duró 6 años hasta que fue cambiada por la 'La respuesta es Colombia'. Estas dos marcas estuvieron acompañadas de campañas turísticas como "Colombia, el riesgo es que te quieras quedar", "Colombia, el País del realismo mágico", "Colombia, tierra de la sabrosura", entre otras. Esto ha permitido posicionar internacionalmente al país, incluso llegando a obtener un premio como la mejor marca de Latinoamérica en 2020. En el año 2021, la marca se renueva con "Colombia, el país más acogedor del mundo"

Figura 42 Marca Colombia





Por lo anterior, se puede establecer que a nivel nacional el turismo viene presentando muy buenos datos de crecimiento que aportan al desarrollo económico del país en los distintos territorios. El respaldo institucional realizado con las políticas públicas, los planes de negocios, la unión de los gremios del turismo y las estrategias de posicionamiento turístico, son el engranaje necesario para potenciar la industria y volverla competitiva. Esto sumado a la percepción internacional que se plantea desde la OMT para Colombia con una economía en constante crecimiento, hacen que los actores asociados a la cadena productiva del turismo cuenten con panoramas favorables para inversiones futuras. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

### *Turismo Regional*

De acuerdo con los datos del Sistema de Información Turístico (SITUR -VALLE), el Valle del Cauca es uno de los departamentos de Colombia que registra un mayor número de visitantes nacionales y extranjeros, así como de prestadores de servicios turísticos formalizados y habitaciones para alojamiento turístico.

Figura 43 Marca destinos regionales





Gráfico 58 Indicadores turísticos del Valle del Cauca



Fuente: MINCIT - CITUR 2022

Según el índice de competitividad turística regional de Colombia – ICTRC realizado para el año 2020, en el cual se evaluaron 31 departamentos y la capital de la república con más de 105 indicadores, indicó que el primer lugar fue para la ciudad de Bogotá D.C, seguida de los departamentos del Valle del Cauca y Bolívar. En esta medición la ciudad de Bogotá fue reconocida como el destino más competitivo para la industria turística en Colombia, alcanzando las mayores puntuaciones en los diferentes criterios de evaluación. La capital de la República obtuvo una calificación final de 7.01 de 10, destacándose por la gestión y estrategia para posicionar a la ciudad como destino turístico y el buen nivel de infraestructura de soporte para el turismo que tiene el sector en la economía del Distrito. (Centro de Pensamiento Turístico, 2022)

En segundo lugar, se ubicó el departamento del Valle del Cauca, con calificación de 6.23 de 10 y subiendo un puesto con respecto a la medición anterior y destacándose en los criterios cultural, infraestructura y estrategia de mercadeo. Los resultados obtenidos por el departamento del Valle del Cauca dan cuenta de la administración y gestión eficiente de las ventajas comparativas y competitivas con que cuenta el departamento y la importancia que la sociedad vallecaucana le ha dado al turismo como fuente de desarrollo económico y social. (Centro de Pensamiento Turístico, 2022)



Gráfico 59 Índices turísticos en el Valle del Cauca



Fuente: Centro de Pensamiento Turístico, 2022

La información anteriormente plasmada permite prever un ambiente positivo para el desarrollo turístico en el departamento, puesto que, al ubicarse como el segundo destino más competitivo del país, debería generar una mayor inversión económica, técnica y logística por parte de las entidades gubernamentales, instituciones públicas y privadas, buscando una mayor productividad y participación de las ganancias que genera el sector.

### 3.5.2 Análisis de la competencia

El análisis de la competencia contempló la revisión de los principales destinos turísticos en los departamentos alrededor del Valle del Cauca. Dentro de la oferta analizada se encuentra el Turismo de Naturaleza con el avistamiento de ballenas, senderismo, turismo de aventura, visita a Parques Nacionales Naturales, termales, nevados, parques temáticos, etc. Con respecto al turismo cultural, la oferta incluye lo étnico, arqueológico, la gastronomía, artesanías, carnavales, fiestas patronales, compras, entre otros.

Tabla 43 Análisis de la Competencia Nacional

Departamento	Oferta turística
Cauca	Popayán Capital
	Semana Santa en Popayán
	Silvia - Carnaval de Blancos y Negros
	Inza, Patía, Guapi
	Termales de Coconucos
	Parque Nacional Natural Isla Gorgona
	Parque Nacional Natural Serranía de los Churumbelos Auka – Wasi
	Parque Nacional Natural Doña Juana – Cascabel
	Parque Arqueológico Tierradentro
	Balboa – Monolitos
	Parque Nacional Natural Nevado del Huila
	Parque Nacional Natural Puracé
	Valle del Patía
	Sapzurro
Capurganá	
Bahía Solano	

Chocó	Nuquí
	Acandí
	San José del Palmar
	Jardín Botánico Jotaudó (Santuario de la flora chocoana)
	Parque Nacional Natural Los Katíos
	Parque Nacional Natural Los Utría
	Triganá
	Fiestas Patronales de Quibdó
Quindío	Parque Nacional Natural los Nevados
	Parque Nacional del Café
	Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca)
	Recorrido de la Cultura Cafetera (Recuca)
	Parque
	Salento
	Finlandia
	Quimbaya
	Río la Vieja
	Jardín Botánico del Quindío - Mariposario
	Reserva natural Bremen - La Popa
	Granja de Mamá Lulú
	Museo del Oro Quimbaya
	Parque los Arrieros
	Parque de la Vida
Tolima	Parque Nacional Natural Los Nevados
	Honda
	Ibagué
	Feria Nacional de Duetos "Príncipes de la Canción"
	Festival Folclórico Nacional de Ibagué
	Parque Museo La Martinica
	El Parque Nacional Natural Las Herosas
	Festival Nacional del San Pedro
	Volcán nevado del Tolima
	Reserva natural Orquídeas del Tolima
	Jardín botánico Alejandro von Humboldt
	Ciudad Reptilia
	Centro Vacacional Cafam
	Piscilago – Colsubsidio
	Ciudad Perdida o los vestigios de Falan
	Lagunas: Bomboná, El Encanto, Las Mellizas y Los Patos.
	Anzoátegui
	Carmen de Apicalá
	Ambalema
	Huila
Desierto de la Tatacoa	
Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos	
Parque Arqueológico de San Agustín	
Parque Nacional Natural Puracé	
Parque Nacional Natural Nevado del Huila	

	Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco
	Embalse de Betania
	Parque Isla del Mohán
	Laguna de la Magdalena
	Parque Arqueológico Alto de los Ídolos
	Represa de Betania
Risaralda	Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya
	Termales Santa Rosa de Cabal
	Parque Nacional Natural Tatamá
	Termales San Vicente
	Parque Regional Natural Cuchilla de San Juan
	Parque Regional Natural Ukumarí
	Parque Regional Natural Barbas - Bremen
	Parque Regional Natural la Marcada
	Laguna del Otún
	Parque Nacional Natural Los Nevados
	Centro Recreativo y Vacacional Comfamiliar Galicia
	Parque Zoológico Matecaña de Pereira
Caldas	Nevado del Ruiz
	Manizales
	Carnaval del Diablo
	Reinado del Café.
	Festival Latinoamericano de Teatro
	Feria de Manizales
	Aguadas
	Parque Nacional Natural los Nevados
	Parque Nacional Natural Selva de Florencia
	Salamina

Fuente: Guías turísticas por Departamentos -Mincomercio.

De acuerdo con la tabla presentada anteriormente, se pueden observar atractivos turísticos de orden cultural y de naturaleza, con un alto posicionamiento a nivel regional, nacional e internacional en algunos casos, lo que ha permitido a estos departamentos posicionarse como destinos turísticos permanentes en el país con productos fijos y de temporada.

A continuación, se presenta una tabla que muestra el análisis de los destinos turísticos dentro de la zona de influencia de la cuenca del Río Anchicayá y los municipios vecinos, con el fin de realizar un análisis más detallado de los competidores o destino sustitutos en el territorio involucrando, teniendo como primer elemento el turismo de naturaleza para las tomas de decisiones, seguido por el turismo cultural.

Tabla 44 Análisis de la Competencia Regional - Local

Municipio	Oferta
	Zoológico de Cali
	Vuelta Occidente: los Andes, Pichindé, Leonera, Felidia, Saladito, la Elvira
	Ruta de la Montaña: Pance, Villacarmelo, la Buitrera
	Sendero a Pico de Loro

Municipio	Oferta
Santiago de Cali	Mariposario Andoke
	Centro de Educación Ambiental el Topacio
	Bichacue Yath
	Ecoparque Cristo rey
	Kilómetro 18: Bosque de Niebla de San Antonio
Buenaventura	Parque nacional Natural Uramba – Bahía Málaga
	La Bocana
	Juanchaco
	Ladrilleros
	La Barra
	La Sierpe
	Chucheros
	Sabaletas
	Agua Clara
	Reserva Natural San Cipriano
	Buga
Reserva Natural Laguna de Sonso	
Parque Nacional Natural Las Hermosas	
Parque Regional El Vínculo	
Reserva Natural Campo Hermoso	
Reserva Forestal los Alpes	
Rio Guadalajara	
Cerrito	Museo de la Caña de Azúcar
	Hacienda El Paraíso
	El Pomo
	Santa Helena
	Maloka de los vientos
Calima – Darién	Lago Calima
	Museo Arqueológico Calima
	Reserva Natural de Río Bravo
La Cumbre	Reserva Natural Bitaco
	Reserva Natural La Cabaña
	Petroglifos indígenas
	Pavas
Palmira	Reserva Natural Nirvana
	Amaime - El placer
	La Quisquina
	El Bolo - San Isidro
	La buitrrera
	Tablones
	Costa Rica
Yumbo	Racamandapa
	DapaAventura
	Museo de Mulaló
	Balneario el Pedregal
	Pailas del Oso
	Reserva Natural Bonanza
	Morro de la Cruz



Municipio	Oferta
Jamundí	Ro Claro
	Charco Cajones
	Potrerito
	Puente Vélez
	Charco Escondido

A nivel regional, se observan destinos con grandes fortalezas en turismo de naturaleza y turismo cultural, gracias a la oferta que vienen posicionando en el imaginario de turistas y visitantes desde años anteriores. Algunos de estos destinos ya cuentan con una Marca Turística que agrupa toda la oferta del territorio y procesos de calidad que les permite ser competitivos con el producto, los subproductos y oferta complementaria. En cuanto a la cuenca del Río Anchicayá, existe un gran potencial en múltiples atractivos naturales y culturales, como lo son los ríos, charcos y cascadas, senderos, especies de fauna y flora, alto endemismo en especies de aves, ciclorutas, paisaje para fotografía, trekking, alojamiento, oferta gastronómica variada, festivales, bienes de interés cultural, miradores, entre otros.

En este orden de ideas, la cuenca del Río Anchicayá podrá mejorar la visibilidad de los productos turísticos del territorio, gracias a la Marca Turística que ha desarrollado en el marco de este Plan de Turismo de Naturaleza. A partir de este escenario, el destino deberá gestionar el proceso de posicionamiento en el mercado de manera local, regional, nacional e internacional, puesto que varios de los escenarios naturales inventariados, cuentan con el puntaje necesario para convenirse en atractivos de talla internacional.

### 3.5.3 Análisis del mercado actual

Para realizar el análisis del mercado actual, se aplicaron encuestas de manera online y presencial a personas que el destino lo cual permitió capturar y analizar la información en aspectos como; procedencia de los visitantes, medios de comunicación a través de los cuales se enteran del destino, expectativas de los visitantes, actividades turísticas preferidas, frecuencia de visitas, perfil demográfico, percepción de la zona, preferencias de alojamiento, valores dispuesto a pagar, número de días ideales para visitar el destino, calificación del servicio recibido, disposición para volver y recomendación a otras personas.

Teniendo como resultado final un total de 105 encuestas, se evidenció que el 85% de las personas registradas son nacionales y el 15% son extranjero

Gráfico 60 Procedencia de los Visitantes



Realizando el análisis de las ciudades y países con mayor registro, se pudo determinar que la ciudad de Cali es la que más representatividad tiene con un 63%, seguido de municipios como Palmira, Jamundí, Dagua, entre otros. En tanto a los países registrados, se evidencia que Estados Unidos tiene una representatividad del 9%, seguidos de países como Perú con 3%, Argentina 2%, Panamá, Chile y Canadá con 1%.

Gráfico 61 Municipios y países de procedencia



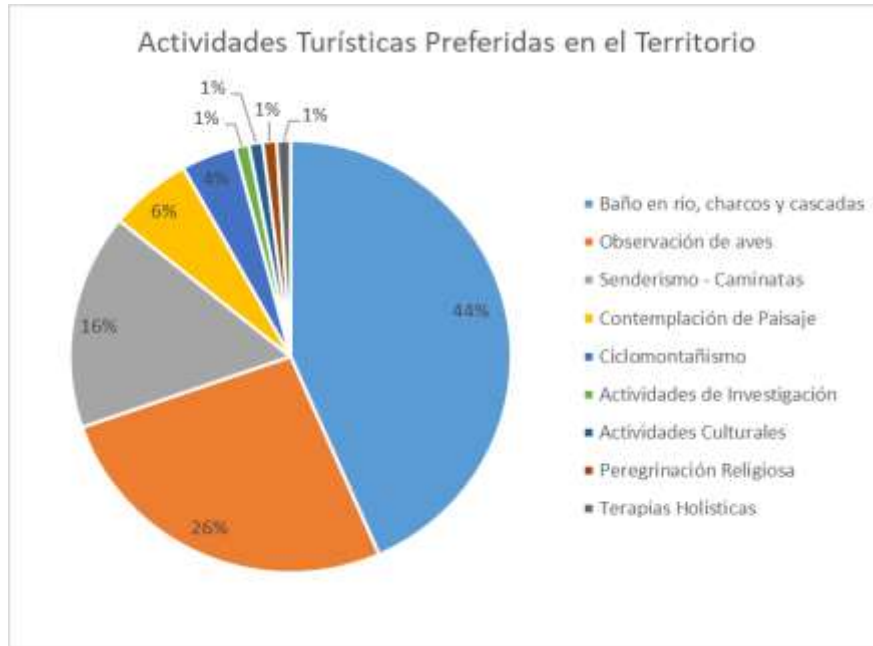
De los medios por los cuales se enteraron los visitantes de la Cuenca del Río Anchicayá como destino turístico, tiene como principal opción la recomendación de amigos con un 41%, seguido de las redes sociales como Facebook e Instagram con 32%, agencias de agencias con un 12%, consultas en internet con 5%, prensa con 2% y otros medios con el 8%.

Gráfico 62 Medios de comunicación



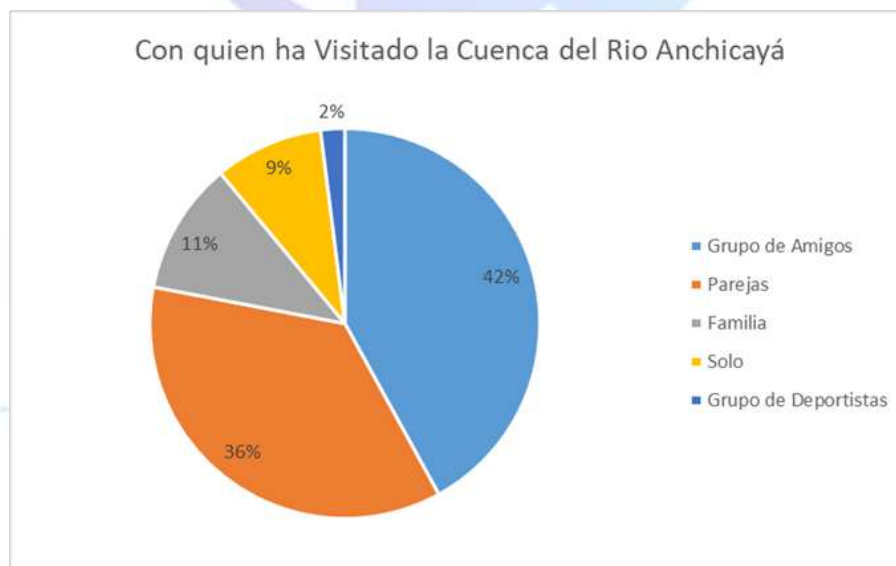
Con respecto a las actividades de preferencia por las cuales visitaron el destino, tiene como primera referencia el baño en charcos ríos y cascadas con un 44%, seguido de la observación de aves con el 26%, el senderismo y caminatas con un 16%, contemplación de paisaje con el 6%, Ciclo montañismo con el 4% y actividades culturales, peregrinación religiosa, terapias holísticas y de investigación, todas con un 1%.

Gráfico 63 Actividades turísticas preferidas en el territorio



Se indagó también sobre el comportamiento de los visitantes actuales, los cuales han visitado el destino principalmente en grupos de amigos con un 42%, seguido de parejas con un 36%, grupos familiares con un 11%, de manera individual con un 9% y finalmente en grupos de deportista con un 2%.

Gráfico 64 Tipo de grupos que visitan Anchicayá



Con respecto a la frecuencia de visitas al territorio, la más común es una vez al año con 30%, seguido de primera vez con un 22%. Las visitas más de tres veces en el año tuvieron un 20% mientras el cuarto puesto fueron las visitas dos veces en el año con 17%. Finalmente se reportan las visitas tres veces en el año con el 11%.

Gráfico 65 Frecuencia de Visita

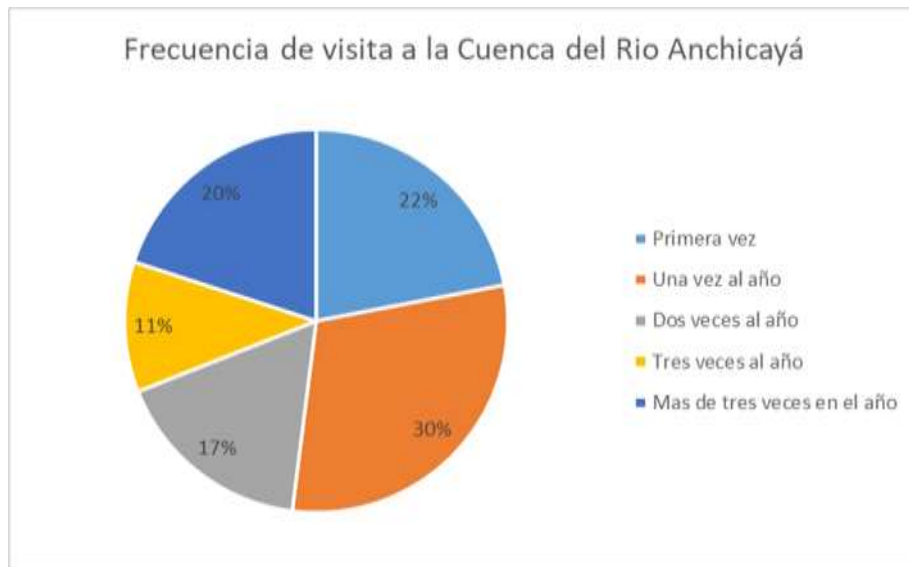
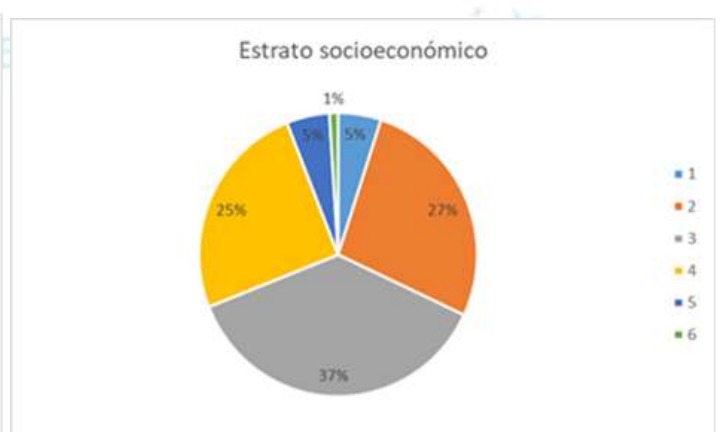


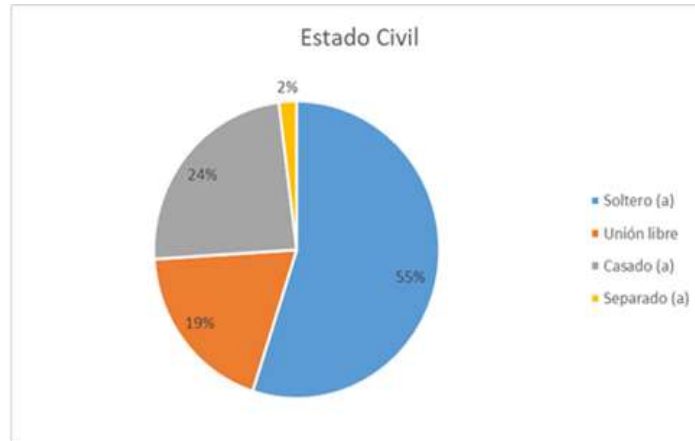
Gráfico 66 Genero o sexo de los visitantes



En cuanto al perfil demográfico de los turistas actuales se definió de la siguiente manera: El 56 % corresponde a visitantes hombres y el 46% a mujeres, con edades entre los 25 y 35 años con el 38%, de preferencia solteros con un 55%, ubicados en un estrato socioeconómico de nivel tres con un 37% y un nivel de educación profesional con 41%.

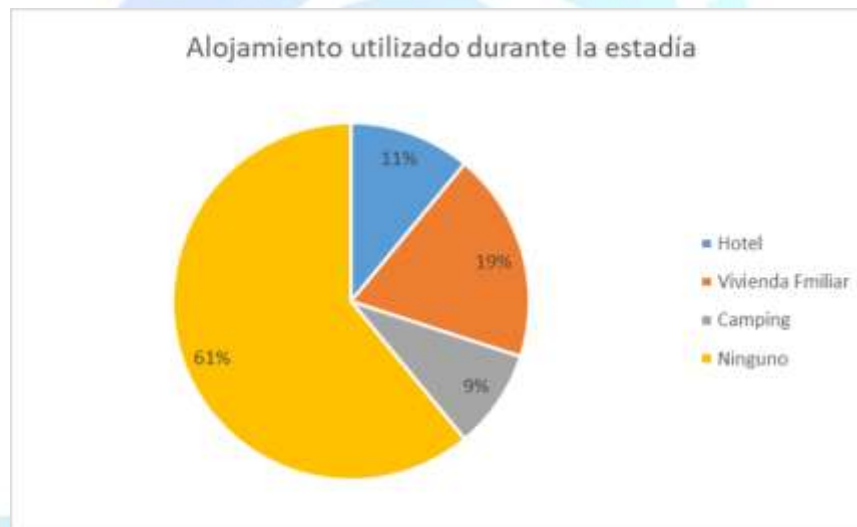






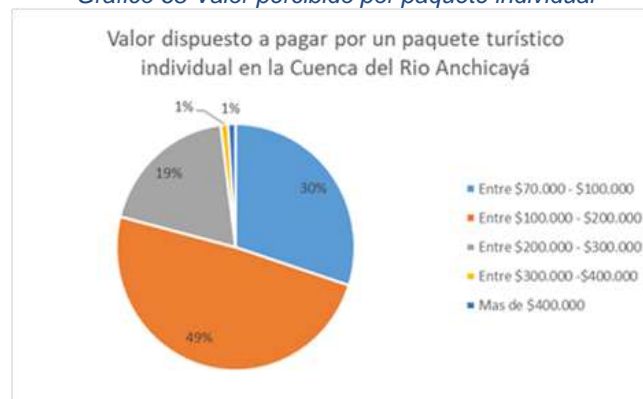
La preferencia de hospedaje elegido durante la estancia de los turistas en el territorio fue la siguiente: Hotel 11%, vivienda familiar 19% y camping 9%. El 61% de los visitantes solo realizaron pasadía.

Gráfico 67 Tipo de alojamiento utilizado durante la estadia



La inversión que los visitantes están dispuestos a realizar por un paquete turístico individual está liderada por el rango entre \$100.000 y \$200.000 con un 49%, seguido del rango entre \$70.000 y \$100.000 con un 30%, posteriormente se encuentra el rango entre \$200.000 y \$300.000. finalmente se encuentra los rangos entre \$300.000 y \$400.000 y más de \$400.000, ambos con el 1%.

Gráfico 68 Valor percibido por paquete individual



A la pregunta, ¿cuántos son los días ideales para conocer el destino?, el 39% de las personas respondieron 2 días, el 34% contestó que 3 días, 14% contestó que 1 día, el 9% manifestó que 4 días, y finalmente el 1% expresó que más de 4 días.

Gráfico 69 Duración de la estadía o visita



Con respecto a la percepción del territorio, el 74% manifiesta sentirse seguro con la visita, el 18% se siente inseguro y el 8% expresa ser indiferente ante esta pregunta.

Gráfico 70 Percepción sobre el territorio



En cuanto a la percepción de las actividades turísticas que se realizan en el territorio, el 77% expresa que están organizadas, el 20% informa que son desorganizadas, mientras que al 3% de los encuestados le es indiferente.

Gráfico 71 Percepción sobre las actividades turísticas del territorio



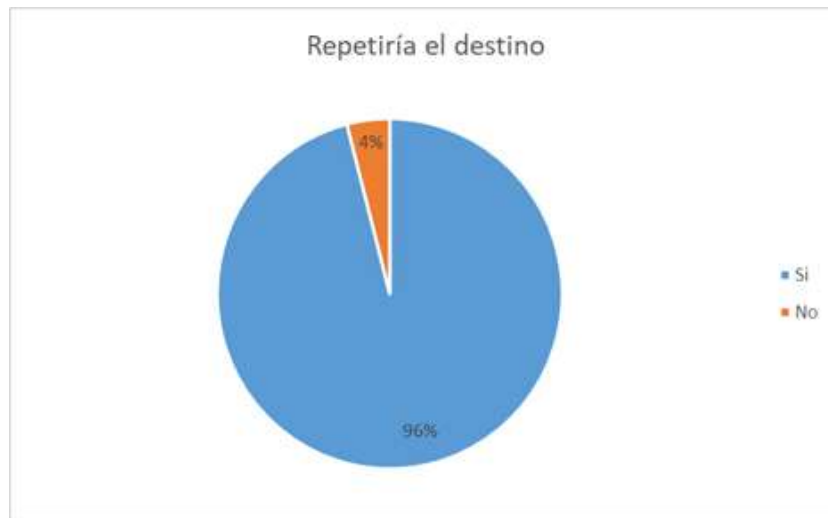
En la evaluación de la experiencia después de visitar el destino, el resultado fue el siguiente: el 98% de los visitantes expresó que el destino cumplió con las expectativas, mientras que solo el 2% informó que no se cumplieron.

Gráfico 72 Satisfacción de expectativas frente al destino



A la pregunta de ¿repetiría el destino?, el 96% de los encuestados manifestó que si lo haría y solo un 4% expresó no hacerlo

Gráfico 73 Probabilidad de repetir la visita



A la pregunta de ¿recomendaría el destino a otras personas?, el 98% de los encuestados manifestó que si lo haría y solo un 2% expresó no hacerlo

Gráfico 74 Probabilidad de recomendar el destino a otras personas



Dentro de las razones expresadas por los visitantes para considerar que el destino cumplió sus expectativas y que por esas razones lo recomendarías a otras personas se encuentran: i) los residentes son muy amables, los precios son cómodos y se obtienen los servicios por los que se paga ii) paisajes muy bonitos, mucha naturaleza y abundante agua, iii) es un lugar tranquilo, dónde se puede respirar aire limpio y disfrutar de los colores, sonidos y olores de la naturaleza iii).

Finalmente se indagó por el nivel de satisfacción de los visitantes en cuanto al servicio recibido durante la permanencia en el destino. En una escala de 1 a 10, siendo 1 el más bajo y 10 el más alto, los resultados arrojaron que el 45% evaluó el servicio con 8 de puntuación, seguido del 25% quienes evaluaron con un puntaje de 10 el servicio. El 16% consideró una calificación de 9 puntos y un 10% de los encuestados fijó su nivel de satisfacción en 7 puntos. Cabe recordar que ente los servicios se encuentran alimentación, alojamiento, guianza, transporte, entre otros.



Gráfico 75 Calificación del servicio recibido

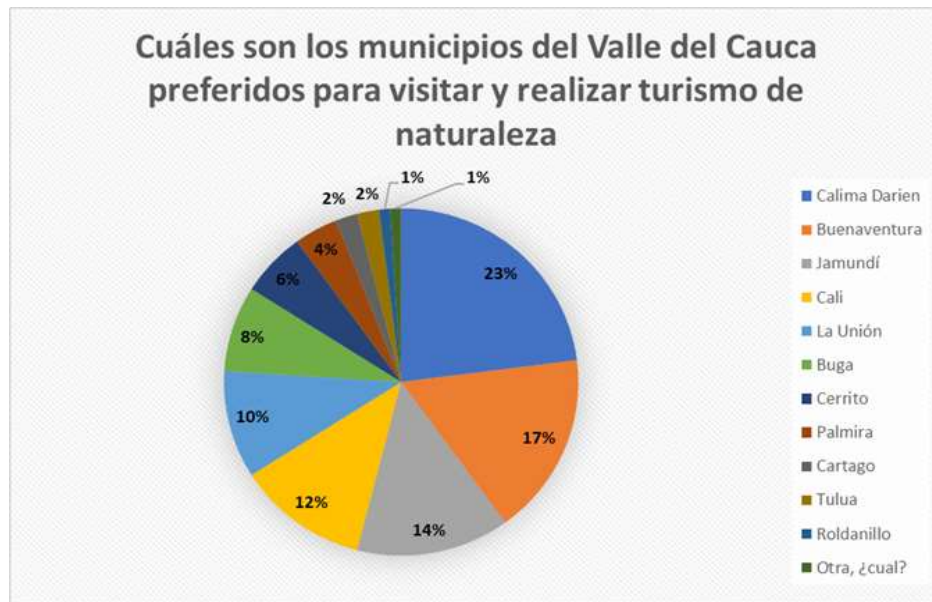


### 3.5.4 Análisis del mercado potencial

Se diseñaron encuestas que fueron aplicadas de forma presencial y online en los municipios cercanos al área de influencia como Jamundí, Palmira, Cerrito, Buga, Candelaria, Dagua, Yumbo, Pradera y en Santiago de Cali por ser la capital, que permitió identificar aspectos como; municipios preferidos para visitar, nivel de reconocimiento del destino, interés en conocer el destino, perfil del turista por género, edad, estado civil, estrato socioeconómico, preferencia de compañía, valor dispuesto a pagar, tipos de actividades dispuestas a realizar, número de días ideales para visitar, nivel de reconocimientos de festividades en la zona, tipos de alojamiento preferidos, razones para no visitar la zona, medios publicitarios de preferencia para recibir información, medios para comprar planes turísticos, entre otros.

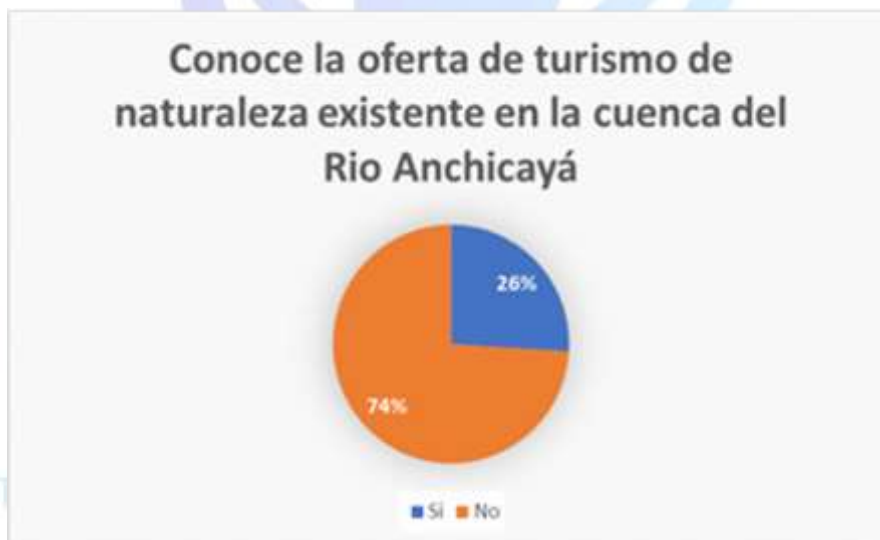
Con respecto a los destinos preferidos por las personas para realizar turismo de naturaleza, destinos que serían competencia o productos sustitutos de la oferta existentes en la cuenca, se destacan los municipios de Calima Darién con un 23%, Buenaventura con 17%, Jamundí con 14% y Cali con un 12%.

Gráfico 76 Municipios preferidos en el Valle del Cauca para turismo de naturaleza



De las 200 personas que realizaron la encuesta, el 74% indicó que NO conocía la oferta de turismo de naturaleza de la cuenca del río Anchicayá y solo un 26% confirmó que SÍ.

Gráfico 77 Conocimiento acerca de la oferta de turismo de naturaleza en Anchicayá



En la encuesta se incluyeron videos de la oferta del territorio que los encuestados pudieron observar y luego contestar la pregunta ¿le gustaría conocer la oferta de turismo de naturaleza y complementaria existentes en la Cuenca del Rio Anchicayá), a lo cual el 98% respondió que Si y solo el 2% respondió que NO

Gráfico 78 Deseo de conocer la oferta de turismo de naturaleza y complementaria de Anchicayá



El perfil de turista potencial para este caso se definió entre hombres y mujeres, entre los 36 a 45 años con el (33%), de preferencia solteros con un (45%) y de una estratificación de 2 y 3 con (57%), quienes prefieren realizar este tipo de actividades en compañía de los familiares (32%).

Gráfico 79 Edad del visitante potencial

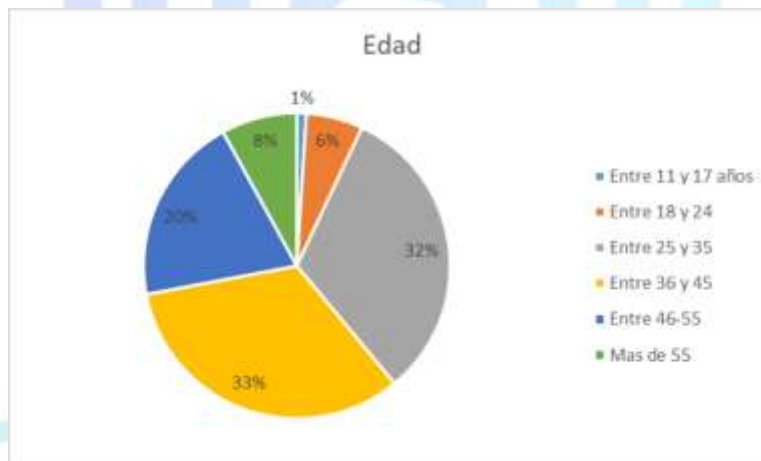


Gráfico 80 Estado civil del visitante potencial



Gráfico 81 Estrato socioeconómico del visitante potencial



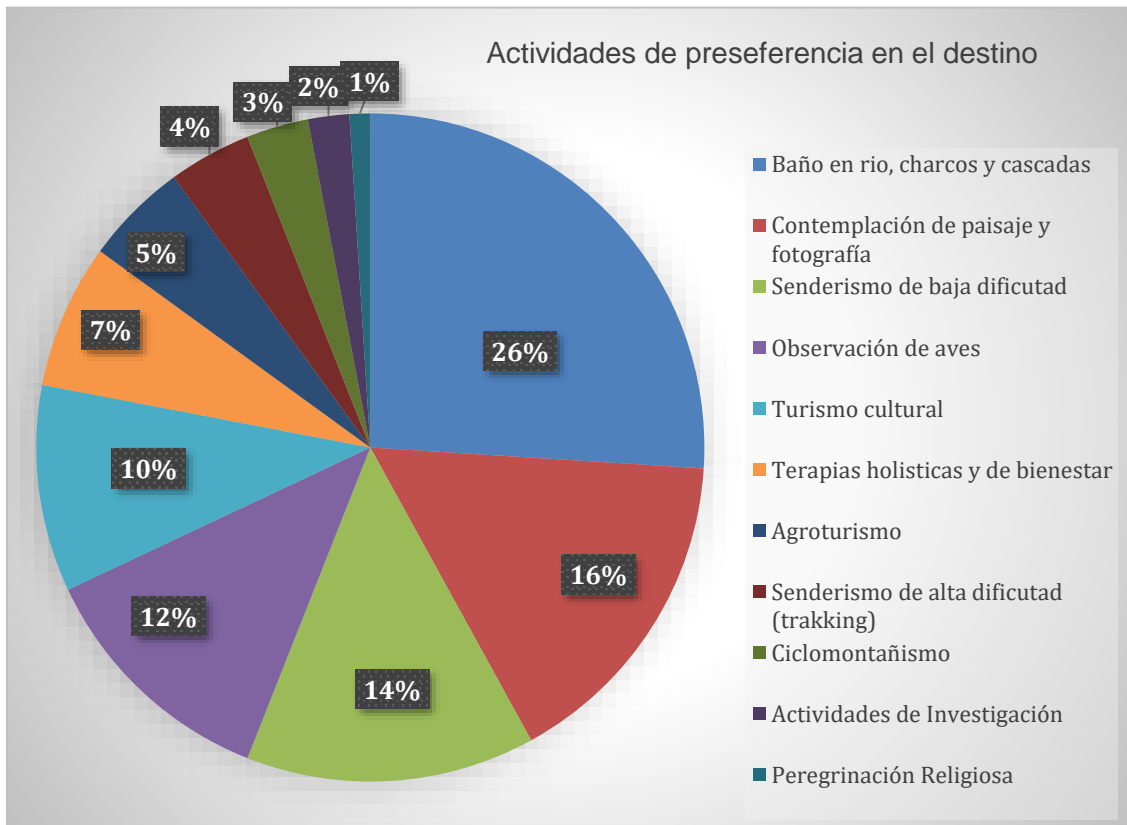
Gráfico 82 Tipo de grupo potencial



En ese orden de ideas, se sumaron todas las actividades relacionadas con turismo de naturaleza: baño en charcos, ríos y cascada 26%, contemplación de paisajes para fotografía 16%, senderismo de baja dificultad 14%, observación de aves 12%, agroturismo 5%, senderismo de alta dificultad (trekking) 4% y Ciclo montañismo 3%, lo que permite definir que un total de 80% de las personas tienen preferencia por el turismo de naturaleza en la cuenca del río Anchicayá, seguido del turismo cultural con un 10%, terapias holísticas con el 7%, actividades de investigación 3% y finalmente peregrinación religiosa con el 1%



Gráfico 83 Tipo de actividades del visitante potencial



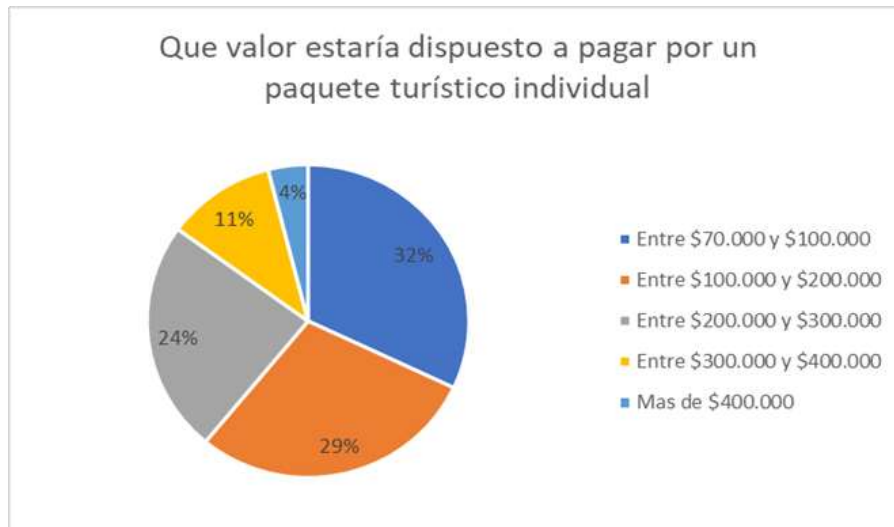
Con respecto a la permanencia en el territorio, los encuestados consideran que lo ideal para conocer los atractivos es realizar planes de 2 días 34%, 3 días 29%, planes de 1 y 4 días están igualados con un 17% y finaliza con planes de más de 4 días con un 3%.

Gráfico 84 Duración de la visita del visitante potencial



Estas personas afirman que estarían dispuestos a pagar por un paquete individual entre \$70.000 y \$100.000 con 32%, entre \$100.000 a \$200.000 por paquete (29%), entre \$200.000 y \$300.000 un 24%, entre \$300.00 y \$400.000 un 11% y finalmente pagarían más de \$400.000 el 4% de los encuestados.

Gráfico 85 Precio dispuesto a pagar por el visitante potencial



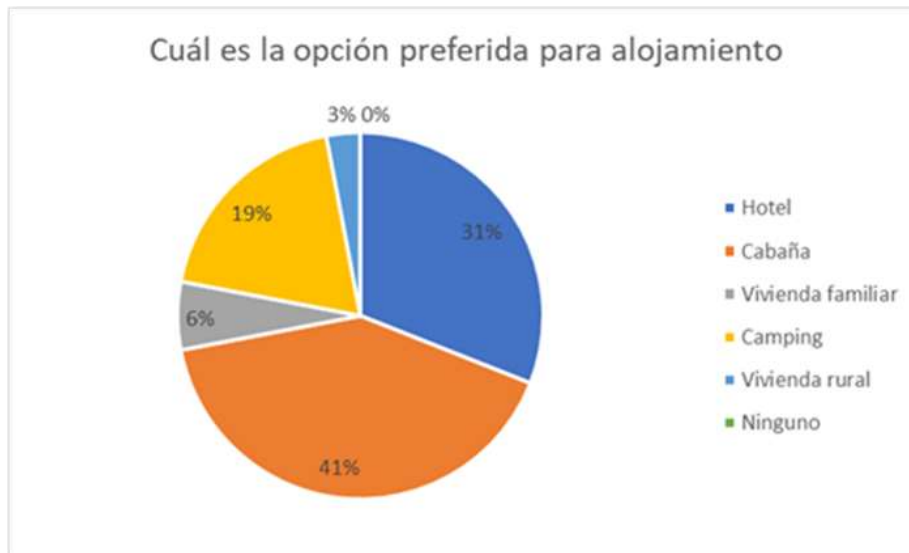
De igual forma, se indagó por el nivel de reconocimiento de la zona con respecto a fiestas que se realizan en la cuenca año tras año y un 78% respondió no conocer ninguna de las actividades. La actividad más reconocida es el Festival de Música Colombiana y Andina con un 14%, seguido del festival Anchicayá Viva con un 4%.

Gráfico 86 Conocimiento de festividades que se realizan en la cuenca por parte del visitante potencial



También se preguntó sobre las preferencias de alojamiento, dando como el resultado que el 41% de encuestados prefiere alojarse en cabañas, mientras que el 31% prefiere hacerlo en hotel, lo cual es de suma importancia para direccionar el tipo de oferta en alojamiento que deben fortalecer en la región y la calidad del servicio.

Gráfico 87 Opción preferida para alojamiento por parte del visitante potencial



En este mismo orden de ideas, se consultó por las razones que impedirían la cuenca del Río Anchicayá y la principal razón es la seguridad del territorio con un 31%, seguido de desconocimiento de la oferta con un 29%, valor de las experiencias turísticas con 19%, la accesibilidad con el 10% y otros con un 3%. Entre las otras razones reportadas se encuentran aglomeración en los puntos turísticos, no involucrar a la comunidad local en la oferta turística, disponibilidad de tiempo, publicidad engañosa y aplicaciones de estándares de calidad en los servicios.

Gráfico 88 Factores que tiene en cuenta el visitante potencial para no visitar el destino



Se consultó también sobre los medios de comunicación preferidos para recibir información sobre planes de turismo y un 43% respondió que las redes sociales. Esto incluye Facebook, Instagram, WhatsApp, Instagram, entre otras. Seguido están el correo electrónico con un 43% y la televisión con 8%. Esto permite identificar claramente las estrategias a definir en el plan de marketing.

Gráfico 89 Medios de comunicación preferidos por el visitante potencial para recibir información



A la pregunta ¿prefiere comprar planes de turismo a través de agencias u operadoras turísticas?, las personas contestaron de la siguiente manera. El 18% contestó que no, el 35% indicó que sí y un 47% indicó que le es indiferente.

Gráfico 90 Preferencia a la hora de comprar planes de turismo a través de agencias u operadores turísticos



### 3.5.5 Análisis del entorno

El análisis del entorno y de los factores interno y externos en la cuenca del Río Anchicayá, se realizará teniendo en cuenta el objetivo principal del Programa de Turismo de Naturaleza, el cual contempla el turismo como estrategia de conservación y desarrollo local. Esto entendido desde la necesidad de planificar las actividades turísticas teniendo como principal protagonista a la comunidad, quienes articuladas como las instituciones presentes en el territorio y teniendo en cuenta las potencialidades y debilidades existentes, podrán desarrollar escenarios turísticos.



## Matriz DOFA

Tabla 45 Matriz debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del entorno interno de la Cuenca del Río Anchicayá.

Factores Internos	
Debilidades	Fortalezas
<p>Existencia de conflicto armado y siembra de cultivos ilícitos que causa percepciones negativas en los turistas.</p> <p>Baja formación en procesos de gestión empresarial por parte de los prestadores de servicios turísticos.</p> <p>Alta informalidad turística de los prestadores de servicios turísticos en la cuenca.</p> <p>Escasa implementación de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible.</p> <p>Bajo acompañamiento institucional que apoye y regule el desarrollo de la actividad turística</p> <p>Baja calidad de infraestructura vial para el acceso a los potenciales atractivos turísticos de la zona.</p> <p>No existen estrategias de marketing y comunicación para el posicionamiento de los atractivos que actualmente se ofrecen.</p> <p>No existe una imagen y/o marca para el destino y sus productos estrella en turismo de naturaleza.</p> <p>Baja cobertura de conectividad para realizar promoción digital del destino.</p> <p>Contaminación ambiental por residuos sólidos en los diferentes atractivos.</p> <p>Falta de saneamiento de básico para el tratamiento de aguas servidas</p> <p>Construcciones en zona de alto riesgo no mitigable a borde de carretera que ponen en riesgo la vida de los locales y visitantes</p> <p>Bajo producción agrícola que permita la obtención de materia prima en la alimentación</p> <p>No se ha determinado la capacidad de carga de todos los escenarios; recursos y atractivos turísticos del territorio.</p>	<p>Abundantes recursos naturales tanto en fauna como en flora para el desarrollo de un turismo de naturaleza</p> <p>Abundantes factores diferenciales en turismo de naturaleza como paisajes, ríos, charcos y cascadas en toda la cuenca</p> <p>Existencia del comité de turismo de la cuenca para liderar acciones que promuevan el turismo como estrategia de conservación y desarrollo local.</p> <p>Compromiso de líderes de la comunidad para la articulación de la cuenca en los proyectos actuales y futuros que trabajen en el turismo de naturaleza como estrategia de conservación y desarrollo económico local.</p> <p>Conciencia de asociatividad entre los prestadores de servicios turísticos del territorio para brindar experiencias integrales</p> <p>Eventos culturales con reconocimiento nacional e internacional</p> <p>Acompañamiento de la autoridad ambiental con guardaparques y guardabosques en escenarios naturales con alta afluencia turística.</p> <p>Existencia de modelos de capacidad de carga turística en sectores como el sendero al Manto de la Virgen, el Cañón del Anchicayá o Siete Charcos y el sendero de la Virgen de los Remedios, con los cuales se establecen parámetros de impacto que tienen la finalidad de mitigar las erosiones derivadas de las actividades turísticas en el sector</p> <p>Alto endemismo de fauna y flora para generación de experiencias turísticas en el territorio.</p> <p>Comunidad (prestadores) avalada por Parques Nacionales de Colombia como Interpretes Ambientales del parque, a través del Registro para Prestadores de Servicios del Ecoturismo (REPSE).</p> <p>Asociaciones comunitarias y privadas que vinculan personas locales a las diferentes actividades turísticas que generando ingresos económicos para sus familias.</p>

Tabla 46 Matriz debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del entorno externo de la Cuenca del Río Anchicayá.

Factores Externos	
Oportunidades	Amenazas
Aumento del flujo turístico en Colombia y el mundo en la tipología de turismo de naturaleza.	Existencia de conflicto armado y siembra de cultivos ilícitos que causa percepciones negativas en los turistas.
Autoridades ambientales articuladas en proceso de fortalecimiento de la calidad de la oferta turística	Destinos o territorios con oferta turística de naturaleza con mejor posicionamiento en el mercado.
Procesos de erradicación de cultivos ilícitos voluntarios e ingresos a proyectos turísticos de naturaleza por parte de personas reinsertadas	Taponamiento de la vía Simón Bolívar por deslizamientos de tierra en temporada de invierno, la cual cierra el acceso a la mayor parte de atractivos
Alto potencial en el Patrimonio Cultural que se puede articular al turismo de naturaleza: ferias, fiestas, monumentos, gastronomía, historia, etc.	Bajo producción agrícola (soberanía alimentaria) en el territorio para la producción de alimentos: materia prima en la alimentación.
Políticas de turismo nacionales, regionales y locales que le apuesta al turismo de naturaleza como una herramienta de transformación y crecimiento económico local	Pérdida de sentido de pertenencia, empoderamiento y arraigo de las costumbres locales como las actividades asociadas al campo.

### Factores socioculturales

La cuenca del del Río Anchicayá tiene una vocación turística gracias a la abundante biodiversidad existe en el territorio y a los elementos culturales que propician la visita de turistas durante diferentes meses del año. Esto les permite a las personas ocuparse en temas de guianza e interpretación de territorio, alimentación, alojamiento, entre otros. Parte de la comunidad también se dedica a la agricultura con cultivos de árboles frutales como limón, mandarina, arazá, banano, yuca, aguacate, chontaduro, borjón, plátano, entre otros, lo que les permite obtener recursos económicos durante el año. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

Otras actividades que tienen presencia en el territorio son el comercio, transporte, la construcción, y en una menor escala, la ganadería para aprovechamiento mediante la comercialización de carne, leche y producción de quesos; extracción y venta de madera, la crianza y comercialización de animales de corral y la piscicultura. Los habitantes locales cuentan con elementos representativos como la flor del Quereme, la Torre Mudéjar y festivales como el de Música Colombiana y Andina, Anchicayá viva y las Fiesta de San Pedro y San Pablo, que los hacen sentir orgullosos de habitar estas tierras. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

Existe también en el territorio una preocupación entre sus habitantes y es el incremento de cultivos ilícitos, ya que los hechos históricos en la cuenca reflejan la incursión de grupos al margen de la ley (paramilitarismo y guerrilla) en los diferentes corregimientos de la zona entre los años 2000 y 2004. Esta situación acentuó en el territorio procesos de siembra, recolección y transformación de hoja de coca, la cual se ha convertido con el pasar de los años, en una de las alternativas económicas principales de muchos habitantes hasta la fecha. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

El territorio se caracteriza por tener una población mayoritariamente mestiza, seguida de la raza negra y finalmente de indígenas, donde la religión católica cobra mayor relevancia teniendo como principal referente a la Virgen de los Remedios, seguida de la religión evangélica. Los corregimientos de la cuenca con mayor población son El Queremal con un aproximado de seis mil personas, seguido de San José de Salado con aproximadamente seiscientas y el Danubio un poco más de doscientas. La organización interna se constituye a través de juntas de acción comunales, consejos comunitarios y un resguardo indígena, lo que permite tener un panorama de las diferentes cosmovisiones del territorio. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

### Factores económicos

Además de los ya identificados sectores de activación económica del cuenca como son el turismo, comercio, transporte, construcción, agricultura y cultivos ilícitos, existen los beneficios económicos que puede gestionarse por medio del gobierno regional y nacional a través de las políticas públicas, puesto que el Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través de su Política de Turismo de Naturaleza estableció en el año 2013, el Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia, el cual tiene entre sus objetivos hacer de Colombia un destino competitivo de talla mundial, posicionando el país como el destino más emblemático en Turismo de Naturaleza en el mundo.

En este plan se establecieron mecanismos de gestión y promoción del turismo a nivel regional y nacional, con inversión económica amplia que permita generar beneficios socioeconómicos y ambientales, y convertir a Colombia en un destino de oferta diferenciada, competitiva y sostenible (Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia 2013)

### Análisis Matricial

El análisis matricial permite entender y priorizar los factores externos e internos del entorno en que se desarrolla el plan de turismo para la Cuenca del Rio Anchicayá. Por tal razón, se realizó una Matriz de Evaluación de Factor Interno –MEFI- que se utiliza para analizar los factores internos (Debilidades y Fortalezas) y la Matriz de Evaluación de Factor Externo –MEFE- que permite entender los factores externos (Oportunidades y Amenazas).

Tabla 47 Matriz de Evaluación MEFI

Componente	N°	Factores Internos	Ponderación	Calificación	Valor
DEBILIDADES	1	Existencia de conflicto armado y siembra de cultivos ilícitos que causa percepciones negativas en los turistas	7%	1	0,07
	2	Baja formación en procesos de gestión empresarial por parte de los prestadores de servicios turísticos.	3%	2	0,06
	3	Alta informalidad turística de los prestadores de servicios turísticos en la cuenca.	3%	2	0,06
	4	Escasa implementación de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible.	3%	2	0,06
	5	Bajo acompañamiento institucional que apoye y regule el desarrollo de la actividad turística	6%	1	0,06
	6	Baja calidad de infraestructura vial para el acceso a los potenciales atractivos turísticos de la zona.	4%	1	0,04

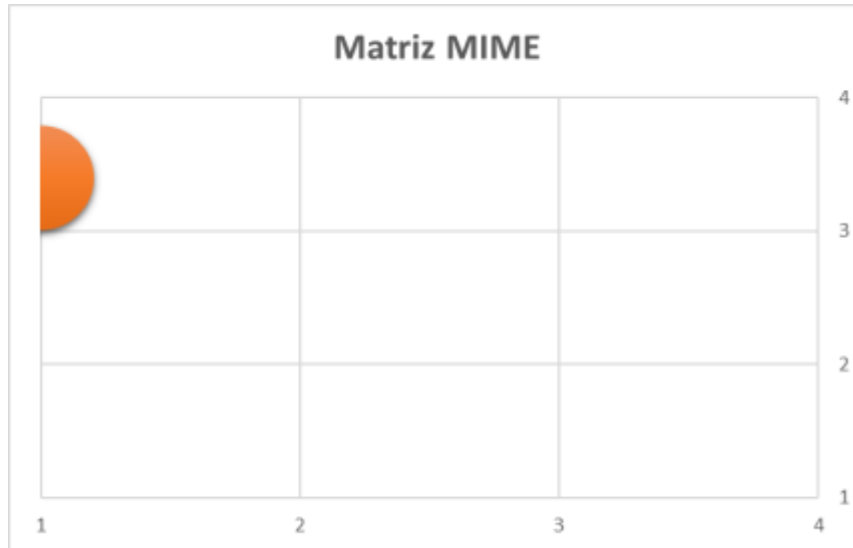
Componente	N°	Factores Internos	Ponderación	Calificación	Valor
	7	No existen estrategias de marketing y comunicación para el posicionamiento de los atractivos que actualmente se ofrecen.	3%	1	0,03
	8	No existe una imagen y/o marca para el destino y sus productos estrella en turismo de naturaleza.	3%	1	0,03
	9	Baja cobertura de conectividad para realizar promoción digital del destino.	3%	2	0,06
	10	Contaminación ambiental por residuos sólidos en los diferentes atractivos.	3%	2	0,06
	11	Falta de saneamiento de básico para el tratamiento de aguas servidas	5%	1	0,05
	12	Construcciones en zona de alto riesgo no mitigable a borde de carretera que ponen en riesgo la vida de los locales y visitantes	2%	2	0,04
	14	No se ha determinado la capacidad de carga de todos los escenarios; recursos y atractivos turísticos del territorio.	4%	1	0,04
<b>FORTALEZAS</b>	1	Abundantes recursos naturales tanto en fauna como en flora para el desarrollo de un turismo de naturaleza	7%	4	0,28
	2	Abundantes factores diferencial en turismo de naturaleza como paisajes, ríos, charcos y cascadas en toda la cuenca.	7%	4	0,28
	3	Existencia del comité de turismo de la cuenca para liderar acciones que promuevan el turismo como estrategia de conservación y desarrollo local.	3%	3	0,09
	4	Compromiso de líderes de la comunidad para la articulación de la cuenca en los proyectos actuales y futuros que trabajen en el turismo de naturaleza como estrategia de conservación y desarrollo económico local.	3%	3	0,09
	5	Conciencia de asociatividad entre los prestadores de servicios turísticos del territorio para brindar experiencias integrales	4%	3	0,12
	6	Eventos culturales con reconocimiento nacional e internacional	4%	4	0,16
	7	Acompañamiento de la autoridad ambiental con guardaparques y guardabosques en escenarios naturales con alta afluencia turística.	4%	4	0,16
	8	Existencia de modelos de capacidad de carga turística en sectores como el sendero al Manto de la Virgen, el Cañón del Anchicayá o Siete Charcos y el sendero de la Virgen de los Remedios, con los cuales se establecen parámetros de impacto que tienen la finalidad de mitigar las erosiones derivadas de las actividades turísticas en el sector	4%	3	0,12
	9	Comunidad (prestadores) avalada por Parques Nacionales de Colombia como Interpretes Ambientales del parque, a través del Registro para Prestadores de Servicios del Ecoturismo (REPSE).	5%	4	0,2
	10	Asociaciones comunitarias y privadas que vinculan personas locales a las diferentes actividades turísticas que generan ingresos económicos para sus familias.	4%	3	0,12
	11	Alto endemismo de fauna y flora para generación de experiencias turísticas en el territorio.	6%	4	0,24
<b>Resultado</b>			<b>100%</b>		<b>2,52</b>



Tabla 48 Matriz de evaluación – MEFE

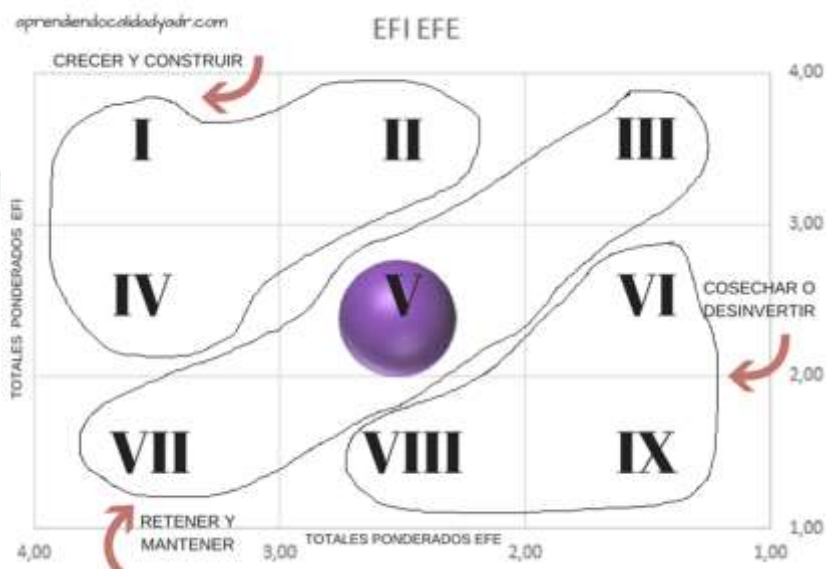
Componente	N°	Factores Externos	Ponderación	Calificación	Valor
	1	Auge internacional por las actividades relacionadas con el Turismo de Naturaleza principalmente el avistamiento de aves.	13%	4	0,52
	2	Autoridades ambientales articuladas en proceso de fortalecimiento de la calidad de la oferta turística	12%	4	0,48
	3	Políticas de turismo nacionales, regionales y locales que le apuesta al turismo de naturaleza como una herramienta de transformación y crecimiento económico local	11%	3	0,33
	4	Alto potencial en el Patrimonio Cultural que se puede articular al turismo de naturaleza: ferias, fiestas, monumentos, gastronomía, historia, etc.	10%	3	0,3
	5	Procesos de erradicación de cultivos ilícitos voluntarios e ingresos a proyectos turísticos de naturaleza.	11%	3	0,33
<b>AMENAZAS</b>	1	Constante existencia de conflicto armado ocasionando percepciones negativas en los turistas.	13%	4	0,52
	2	Alta competencia de destinos con oferta de turismo de naturaleza con mayor posicionamiento en el mercado y avances en temas de infraestructura y calidad turística.	9%	2	0,18
	3	Pérdida de sentido de pertenencia, empoderamiento y arraigo de las costumbres locales como las actividades asociadas al campo.	9%	3	0,27
	4	Taponamiento de la vía Simón Bolívar por deslizamientos de tierra en temporada de invierno, la cual cierra el acceso a la mayor parte de atractivos	12%	4	0,48
	5	Bajo producción agrícola (soberanía alimentaria) en el territorio para la producción de alimentos: materia prima en la alimentación.	11%	2	0,22
<b>Resultado</b>			100%		3,6

Contando con el resultado de las variables MIFI Y MEFE, se procede a realizar la matriz de contrastación MIME, con la cual se podrán determinar las estrategias de marketing para el posicionamiento y promoción de la Cuenca del Rio Anchicayá.



MIME	
MEFI	2,56
MEFE	3,6

La gráfica anterior muestra que el análisis de los factores interno y externo ubica al destino en el cuadrante 1, es decir, que este se encuentra en una etapa de crecer y construir. Al tener abundantes elementos diferenciales en torno al turismo de naturaleza como ríos, charcos, cascadas, paisajes, endemismo de fauna, además importantes elementos culturales como la historia, gastronomía, arquitectura, monumentos y otros, se deberán implementar planes de acción que involucren los componentes socioeconómico, cultural y ambiental, buscando fortalecer los recursos y atractivos turísticos con mayor potencial y la cadena productiva del turismo. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)



### 3.5.6 Análisis de la demanda:

En 2020, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que supuso un notable decrecimiento con respecto al año 2019 debido a las restricciones derivadas de la pandemia de COVID-19. Aun así, la importancia global del sector sigue siendo evidente. Y es que la industria turística es responsable de la creación de más de 270 millones de empleos, entre directos e indirectos en sectores como la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y el ocio en general. Además, su aportación al PIB mundial superó los 4,5 billones de dólares estadounidenses en el último año, como lo hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC), por sus siglas en inglés. (Estadista, Abigail Orús, 2021)

Por otro lado, el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales permite que tanto las economías emergentes como las avanzadas se están beneficiando del aumento de los ingresos del turismo. Esto se ve reflejado en que, por séptimo año consecutivo, las exportaciones turísticas crecieron más deprisa que las exportaciones de mercancías, lo cual redujo en muchos países el déficit comercial. (OMT, 2019).

Aquí es importante recordar la proyección realizada por la OMT para el turismo entre el 2010 y el 2030, en donde se incluyen factores sociales, políticos, económicos, medioambientales y tecnológicos que han configurado el turismo en el pasado y de los cuales se espera que influyan en el sector en el futuro. De acuerdo con estas proyecciones, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3,3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Según el ritmo de crecimiento previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1.400 millones en 2020 y 1.800 millones en 2030. (OMT, 2017)

En los años 2011 y 2020, la Organización Mundial del Turismo resaltó a Colombia como unos de los países con mayor proyección turística a nivel mundial, esto debido a las inversiones realizadas en temas de infraestructura, a la calidad de productos o experiencia creadas y el capital humano con el que cuenta para atender la demanda. También insistió en que el país de continuar apoyando la formación de prestadores de servicios turísticos y en la diversificación de los productos ofertados, esto con el objetivo de poder atender las nuevas tendencias de mercado que se darán con el cambio del perfil del turista después de la crisis económica generada por la pandemia del covid-19.

El turismo en Colombia viene representando un crecimiento importante de acuerdo con todas las estadísticas presentadas por el Centro de Información Turística (CITUR), de acuerdo con sus reportes, por ejemplo, el producto Interno Bruto – PIB en el año 2018 cerró en \$854 billones, aumentando 2,66% respecto al 2017. Por su parte, el PIB correspondiente a alojamiento y servicios de comida presentó un crecimiento de 3,74% respecto al año 2017, puesto que pasó de 31.717 a 32.904 (miles de millones de pesos). En cuanto al empleo en el 2018, el turismo generó 1.974.000 puestos, lo que significa 71.000 nuevos empleos respecto a lo registrado durante el año 2017, representando un incremento del 3,74%. (MINCIT - CITUR (09/01/2022))

Con este panorama, es importante recalcar que, para OMT, Colombia es una economía emergente donde pronostican un crecimiento de la actividad turística como un destino que ofrece múltiples alternativas. Las estadísticas hablan que las llegadas de turistas internacionales a dichos destinos crecerán (4,4% al año) respecto a las economías avanzadas (2,2% al año). Se prevé que en 2015 las llegadas a economías emergentes superen a las de economías avanzadas. En 2030, el 57% de las llegadas internacionales se registran en destinos de economías emergentes (frente al 30% de 1980) y el 43% en destinos de economías avanzadas (frente al 70% en 1980). (OMT, 2017)

Según el comportamiento interno de turismo en Colombia, en el 2018 se registraron un total de 23.315.879 llegadas de pasajeros aéreos nacionales, representando un incremento del 4,02% respecto

al 2017. En cuanto a los pasajeros internacionales, registró en el 2018 un total de 6.800.440 llegadas, representando un incremento del 11,05% respecto al 2017. Con respecto a la ocupación hotelera, el año 2018 registró una ocupación de 56,71%, esto representa un incremento de 0,72 puntos porcentuales respecto al 2017. En cuanto a prestadores de servicios turísticos, el país registró un total de 31.279 en el año 2018. (CITUR, 2021)

Gráfico 91 Número de pasajeros aéreos internacionales 2015 -2018



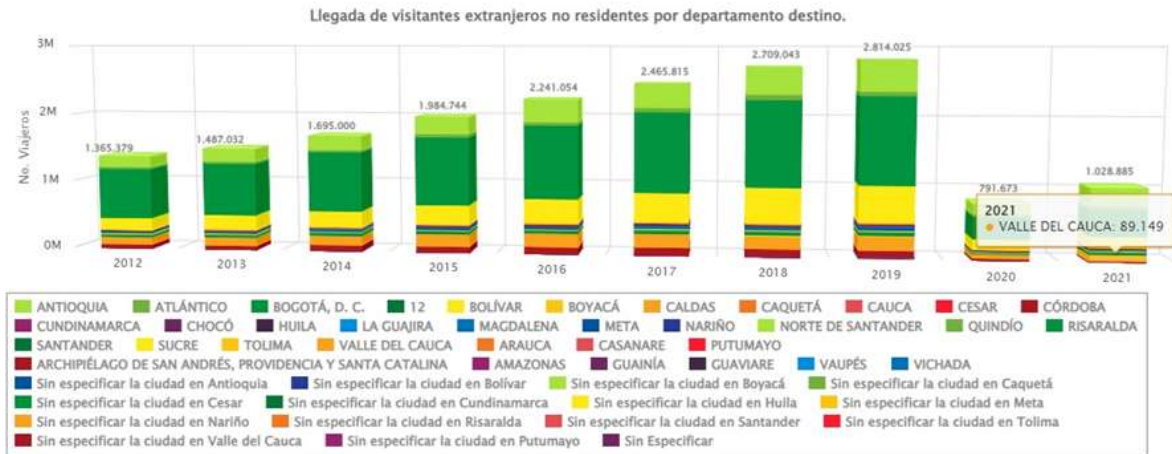
Fuente: MINCIT - CITUR 2022

De acuerdo con el índice de competitividad turística regional de Colombia – ICTRC realizado para el año 2020, el departamento del Valle del Cauca fue el segundo destino más competitivo de Colombia con una calificación de 6.23 de 10 y subiendo un puesto con respecto a la medición anterior y destacándose en los criterios cultural, infraestructura y estrategia de mercadeo. Los resultados obtenidos por el departamento del Valle del Cauca dan cuenta de la administración y gestión eficiente de las ventajas comparativas y competitivas con que cuenta el departamento y la importancia que la sociedad vallecaucana le ha dado al turismo como fuente de desarrollo económico y social (Cotelco&Unicafam,2022).

Por otro lado, las estadísticas de arrojadas por MINCIT (flujo de turistas -turismo receptor) para el año 2021, el departamento del Valle del Cauca registró 89.149 visitas de extranjeros no residentes en el destino, cerrando ese año como el cuarto departamento con mayor número de visitas detrás de BOGOTÁ D.C con 381.993, Antioquia con 240.484 y Bolívar 161.284. Esto indica que el departamento cuenta con recursos y atractivos turísticos importantes, los cuales se convierten en motivadores en la toma de decisiones para realizar viajes con motivos turísticos.



Gráfico 92 Llegada de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino



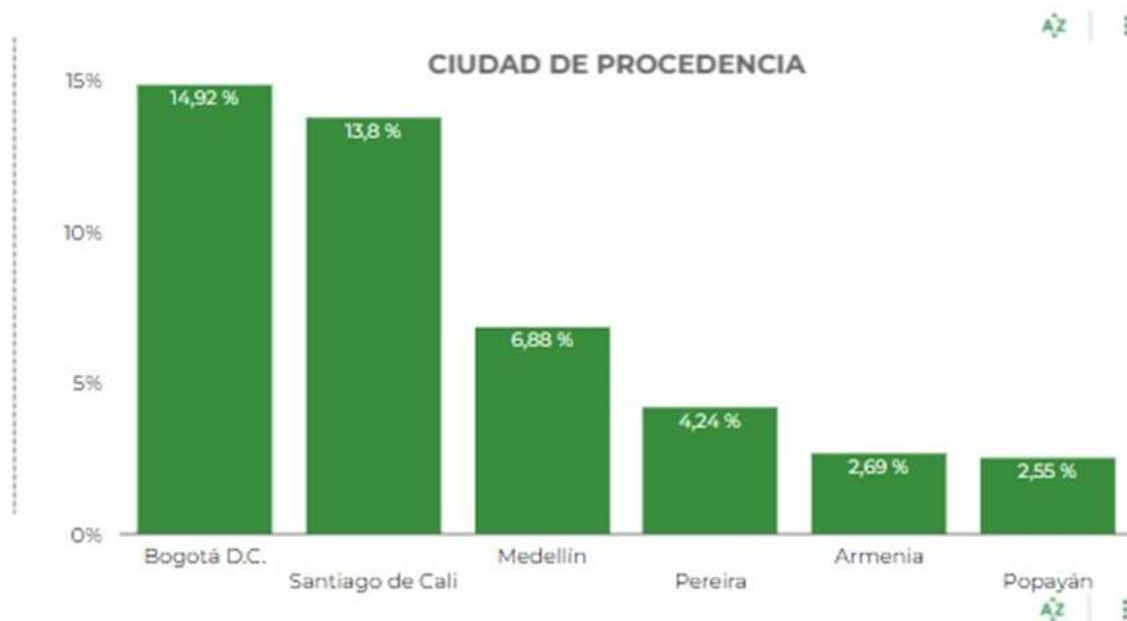
Fuente: MINCIT - CITUR (02/02/2022)

Por otra parte, el sistema de Información Turística SITUR da cuenta de los países y las ciudades de Colombia que más visitantes aportan al turismo en el departamento del Valle del Cauca.

Gráfico 93 País de procedencia



Fuente: SITUR, Valle – Turismo Receptivo 2022



Fuente: SITUR, Valle – Turismo Receptivo 2022

Las cifras anteriormente presentadas permiten obtener un panorama del comportamiento del turismo a nivel mundial, el cual incluye proyecciones de crecimiento en los próximos ocho años, sobre todo para las economías emergentes o países en desarrollo, de los cuales hace parte Colombia según las estadísticas entregadas por la Organización Mundial de Turismo. En Colombia, las estadísticas generadas por los diferentes sistemas de información igualmente permiten tener un panorama alentador sobre la activación del turismo y con ellos sus diferentes sectores como transporte, alojamiento, alimentación y servicios complementarios.

Lo mismo ocurre con el departamento del valle del cauca, el cual ha conseguido el segundo puesto como destino competitivo en Colombia, lo cual hace prever un mejor una mejor participación en la dinámica económica del sector. En este punto entonces que la Cuenca del Río del Río Anchicayá, debe iniciar acciones que le permitan posicionarse como un destino de naturaleza que ofrece un abanico de opciones como el avistamiento de aves, contemplación de paisajes, disfrute de escenarios de agua, actividades de investigación, entre otros. (Programa de Turismo de Naturaleza, 2022)

### 3.6 Definición de Estrategias de Marketing Turístico

#### 3.6.1 Definición del objetivo del producto

La cuenca del Río Anchicayá desarrollará el turismo de naturaleza como una como estrategia de conservación y desarrollo local, en donde se incentiva la participación activa de la comunidad en la cadena productiva del turismo, así como la implementación de normas técnicas sectoriales y de sostenibilidad que permitan posicionar el destino de manera competitiva en el mercado.

#### 3.6.2 Estrategias de visibilidad, atracción, conversión del tráfico y fidelización de clientes para el destino turístico:

Una vez realizado el plan de mercadeo y teniendo datos del perfil de turistas actual, del turista potencial y la definición del objetivo del producto, se presenta entonces la segmentación del mercado y las

estrategias de visibilidad, atracción conversión de tráfico y fidelización de clientes para el Cuenca del Rio Anchicayá.

Tabla 49 Segmentación de Mercado

Datos demográficos	
Género	Masculino - Femenino
Edad	Entre 25 y 46 años
Población	Jóvenes y adultos
Nivel de ingresos	Medio - Alto
Estrato social	3 - 4 - 5 y 6
Datos psicográficos	
Estilo de vida	Hombres y mujeres que disfruten conocer nuevos destinos y vivir experiencias relacionada con la naturaleza respetando la cultura de los territorios visados, que tengan como filosofía de vida la conservación de los recursos naturales y generen el mínimo impacto durante su estadía.
Preferencias o gustos	Personas que les guste realizar actividades al aire libre como caminatas por senderos o montañas, baño en piscinas naturales, montar bicicleta, contemplar y realizar Fotografía de paisajes, avistamiento de aves, entre otras. Personas interesadas en conocer, participar y respetar la cultura de las comunidades visitadas Personas conscientes de del buen manejo de residuos sólidos, reducción del consumo de agua y energía

anchicayá  
TERRITORIO ENCANTADOR

Tabla 50 Estrategias de visibilidad, atracción conversión de tráfico y fidelización de clientes para el Cuenca del Río Anchicayá.

Objetivo	Estrategias	Actividades	Acciones
Realizar publicidad digital de la marca y el producto turístico de Anchicayá	Trabajar en el posicionamiento de estrategias SEO Y SEM de la página web para el destino Anchicayá	Posicionar la página web y las diferentes actividades asociadas al turismo de naturaleza, subproductos y productos complementarios como el cultural y científico, en los principales motores de búsqueda en internet.	<p>Crear página web con la marca del destino Anchicayá con el portafolio de los productos turísticos ofertados y los prestadores de servicios turísticos del territorio</p> <p>Definir palabras clave (Keywords) para encontrar la oferta del destino en turismo de naturaleza y sus subproductos utilizando la herramienta de Google trends.</p> <p>Pautar con Google AdWords y los diferentes canales que se ofrecen: motores de búsqueda, YouTube, Gmail,</p> <p>Integrar redes sociales dentro contenido de la página.</p> <p>Crear un blog que permita contar historias del destino Anchicayá</p> <p>Monitoreo de métricas establecidas en las plataformas para mejora de contenido.</p> <p>Crear una figura de embajador (persona influencer) del destino que tenga reconocimiento nacional y que promocioe la marca y el producto turístico de Anchicayá en diferentes plataformas.</p>
	Administración de redes sociales Facebook Instagram, Twitter, YouTube	Creación de comunidades digitales para el producto turístico.	<p>Conceptualización de perfiles en redes sociales del producto turístico de Anchicayá.</p> <p>Creación de material audiovisual para el contenido de las redes sociales.</p> <p>Creación de cronograma y contenido de las redes sociales.</p>
	Inscripción en las plataformas digitales con enfoque turístico.	Administrar plataformas digitales diseñadas para la promoción de actividades turísticas a nivel internacional.	Registro en Tripadvisor, Booking, Airbnb, Kayak, Mi Nube, Trivago.
Generar Publicidad en Medios Tradicionales	Creación de un plan de medios para la promoción del destino Anchicayá	Generación de contenido para medios tradicionales como: (radio, prensa, revistas, o medios televisivos)	Consultar el plan de medios del programa de turismo de la cuenca del Río Anchicayá



Objetivo	Estrategias	Actividades	Acciones
Realizar publicidad digital de la marca y el producto turístico de Anchicayá	Trabajar en el posicionamiento de estrategias SEO Y SEM de la página web para el destino Anchicayá	Posicionar la página web y las diferentes actividades asociadas al turismo de naturaleza, subproductos y productos complementarios como el cultural y científico, en los principales motores de búsqueda en internet.	<p>Crear página web con la marca del destino Anchicayá con el portafolio de los productos turísticos ofertados y los prestadores de servicios turísticos del territorio</p> <p>Definir palabras clave (Keywords) para encontrar la oferta del destino en turismo de naturaleza y sus subproductos utilizando la herramienta de Google trends.</p> <p>Pautar con Google AdWords y los diferentes canales que se ofrecen: motores de búsqueda, YouTube, Gmail,</p> <p>Integrar redes sociales dentro contenido de la página.</p> <p>Crear un blog que permita contar historias del destino Anchicayá</p> <p>Monitoreo de métricas establecidas en las plataformas para mejora de contenido.</p> <p>Crear una figura de embajador (persona influencer) del destino que tenga reconocimiento nacional y que promocióne la marca y el producto turístico de Anchicayá en diferentes plataformas.</p>
	Administración de redes sociales Facebook Instagram, Twitter, YouTube	Creación de las comunidades digitales para el producto turístico.	<p>Conceptualización de perfiles en redes sociales del producto turístico de Anchicayá.</p> <p>Creación de material audiovisual para el contenido de las redes sociales.</p> <p>Creación de cronograma y contenido de las redes sociales.</p>
	Inscripción en las plataformas digitales con enfoque turístico.	Administrar plataformas digitales diseñadas para la promoción de actividades turísticas a nivel internacional.	Registro en Tripadvisor, Booking, Airbnb, Kayak, Mi Nube, Trivago.
Generar Publicidad en Medios Tradicionales	Creación de un plan de medios para la promoción del destino Anchicayá	Generación de contenido para medios tradicionales como: (radio, prensa, revistas, o medios televisivos)	Consultar el plan de medios del programa de turismo de la cuenca del Rio Anchicayá

Tabla 51 Estrategias de visibilidad, atracción conversión de tráfico y fidelización de clientes para el Cuenca del Rio Anchicayá.

Objetivo	Estrategias	Actividades	Acciones
Participar en ferias y eventos de turismo	Identificar los principales ferias y eventos de turismo de naturaleza nacionales relacionados con actividades de ecoturismo, aventura, turismo rural y otros aporten al bienestar del turista	Dar a conocer la marca turística de Anchicayá y el producto turístico en ferias y eventos de turismo de naturaleza	<p>Presentar portafolio del producto turístico Anchicayá de manera articulada entre prestadores de servicios y Alcaldía, en donde las ruedas de negocios sean una actividad incluida</p> <p>Elaboración de publicidad física y digital como herramientas de promoción de destino que incluya memorias USB, tarjetas de presentación, libretas, lapiceros, etc.</p> <p>Crear material de alta calidad donde se muestre a los visitantes disfrutando del destino y entreguen testimonios de su experiencia.</p> <p>Elaborar base de datos de prestadores de servicios, sector público y privado para futuros negocios y/o alianzas estratégicas</p> <p>Identificar y participar en ruedas de negocios y ruedas de servicios que contemplen el producto turístico del destino Anchicayá</p>
Realizar Viajes de Familiarización (Fam Trips – Fam Press)	Identificar agentes de turismo con alto reconocimiento en el mercado que ofrecen productos de naturaleza e identificar medios de comunicación de con alto tráfico de seguidores	Dar a conocer la marca turística de Anchicayá y el producto turístico en ferias y eventos de turismo de naturaleza.	<p>Realizar recorridos visitando los lugares más emblemáticos del destino Anchicayá, para generar material de audiovisual de alto valor que sirva como elemento de promoción del destino.</p> <p>Propiciar encuentros entre los prestadores de servicios turísticos del destino y las gentes de turismo que participan en el viaje de familiarización, con el objetivo de incentivar alianzas y negociaciones</p>

Objetivo	Estrategias	Actividades	Acciones
<p>Participar en ferias y eventos de turismo</p>	<p>Identificar los principales ferias y eventos de turismo de naturaleza nacionales relacionados con actividades de ecoturismo, aventura, turismo rural y otros aporten al bienestar del turista</p>	<p>Dar a conocer la marca turística de Anchicayá y el producto turístico en ferias y eventos de turismo de naturaleza.</p>	<p>Presentar portafolio del producto turístico Anchicayá de manera articulada entre prestadores de servicios y Alcaldía, en donde las ruedas de negocios sean una actividad incluida</p> <p>Elaboración de publicidad física y digital como herramientas de promoción de destino que incluya memorias USB, tarjetas de presentación, libretas, lapiceros, etc.</p> <p>Crear material de alta calidad donde se muestre a los visitantes disfrutando del destino y entreguen testimonios de su experiencia.</p> <p>Elaborar base de datos de prestadores de servicios, sector público y privado para futuros negocios y/o alianzas estratégicas</p> <p>Identificar y participar en ruedas de negocios y ruedas de servicios que contemplen el producto turístico del destino Anchicayá</p>
<p>Realizar Viajes de Familiarización (Fam Trips – Fam Pres)</p>	<p>Identificar agentes de turismo con alto reconocimiento en el mercado que oferten productos de naturaleza e identificar medios de comunicación de con alto tráfico de seguidores</p>	<p>Dar a conocer la marca turística de Anchicayá y el producto turístico en ferias y eventos de turismo de naturaleza.</p>	<p>Realizar recorridos visitando los lugares más emblemáticos del destino Anchicayá, para generar material de audiovisual de alto valor que sirva como elemento de promoción del destino.</p> <p>Propiciar encuentros entre los prestadores de servicios turísticos del destino y las gentes de turismo que participan en el viaje de familiarización, con el objetivo de incentivar alianzas y negociaciones.</p>

Tabla 52 Estrategias para la Conversión del Tráfico de Clientes para el Destino Turístico Anchicayá

Objetivo	Estrategias	Actividades	Acciones
Incrementar el número de turistas y de compra de productos turísticos en el destino Anchicayá	Generar acuerdos comerciales con agencias de viajes mayoristas y minoristas del país.	<p>Identificar agencias de viajes mayoristas y minoristas con alto reconocimiento en el mercado que ofrecen productos de naturaleza y cultura.</p> <p>Establecer medios de pago</p>	<p>Organizar fam trips con las agencias de viajes mayoristas y minoristas, para dar a conocer el destino.</p> <p>Realizar acuerdos comerciales con agencias de viaje mayoristas y minoristas en las principales ciudades del país, negociando porcentajes de comisiones.</p>
	Crear estrategias digitales promocionales para el producto turístico del destino Anchicayá	Crear paquetes y/o promociones especiales para los usuarios online: (buscadores web, redes sociales, plataformas turísticas, aplicaciones)	<p>Crear tienda virtual</p> <p>Que muestre el producto turístico del destino, los prestadores de servicios turísticos existentes y se enlace con plataformas como Instagram y Facebook.</p> <p>Establecer medios de pago electrónicos con bancos a través de Pse, Paypal, PayU, Bancolombia a la Mano, DaviPlata, Nequi, entre otros.</p> <p>Establecer acuerdos comerciales con empresas que manejen cuponerías digitales para generar paquetes especiales por temporadas</p>
	Formación de capital humano (prestadores de servicios turísticos) en temas de formalidad, operación turística y diseño de experiencias turísticas.	Crear y/o fortalecer operadores turísticos del destino Anchicayá, buscando una mejor comercialización con del destino desde la base comunitaria	<p>Capacitación en formalización y temas tributarios (Cámara de Comercio y Dian)</p> <p>Capacitación en normatividad turística: RNT (Registro Nacional de Turismo) e implementación de NTS-TS (normas técnicas sectoriales de turismo sostenible).</p> <p>Capacitación en estrategias comerciales y marketing</p> <p>Capacitación en diseño de experiencias turísticas innovadoras en torno al turismo de naturaleza y turismo cultural.</p>



Tabla 53 Estrategias para la Fidelización de Clientes del destino Anchicayá

Objetivo	Estrategias	Actividades	Acciones
<p>Generar fidelización en los clientes que visiten el destino Anchicayá</p>	<p>Conocer al cliente en su motivación de compra, necesidades, requerimientos solicitados con anterioridad, qué es lo que valora de producto o servicio ofrecido</p>	<p>Formación del capital humano (prestadores de servicios turísticos) del destino Anchicayá en atención al cliente y herramientas de fidelización</p>	<p>Acercamiento con entidades estatales que cuenten con recursos para financiar la formación de capital humano a través de sus dependencias: alcaldía – gobernación Gestionar convenios con instituciones educativas que formen al capital humano en atención al cliente y herramientas de fidelización</p>
	<p>Creación y gestión de ecosistema de clientes: base de datos de turistas que visitan el destino.</p>	<p>Crear estrategias para promocionar los productos turísticos del destino que apunten a generar recompra por parte de quienes conozcan el territorio.</p>	<p>Crear campaña de mailing con información de alto valor de los productos turísticos del destino, que genere emociones en los consumidores</p> <p>Crear ofertas, descuentos y entregar obsequios por montos de comprar a grupo de referidos</p> <p>Involucrar a los turistas en la creación de nuevas experiencias en el destino, a partir de sus recomendaciones o sugerencias.</p> <p>Crear concursos con sistema de premiación en redes sociales para los visitantes del destino, con el que puedan competir por mejor Figura de paisaje, grupo familiar, amigos, intervención con la comunidad, retos, etc.</p>

### 3.7 Plan de Medios

#### 3.7.1 Plan de divulgación en medios internos y externos

Reconociendo la importancia de los procesos divulgativos para el programa de turismo de naturaleza se plantea la construcción de un plan de medios que permita dar a conocer el destino a través de medios de comunicación locales o aquellos canales que según el contexto tengan un mayor impacto. En general se identifica como principal medio local de divulgación la emisora “Quereme estéreo”, además canales digitales como los grupos de WhatsApp gremiales, de las juntas de acción comunal y de los consejos comunitarios. Como medios externos se identifican canales digitales en redes sociales especializados de turismo, así como de agencias de turismo regional.

El plan de medios tiene tres fases que comprenden diferentes momentos del desarrollo del proceso, todo esto teniendo en cuenta los canales locales y comunitarios de comunicación mencionados anteriormente.

Figura 44, Fases del plan de medios de la construcción del programa de turismo de naturaleza de Anchicayá



#### Fase 1. Expectativa

En esta fase se espera generar expectativa respecto al desarrollo de un proceso organizativo del turismo en el territorio. Esta no incluye aun la marca o los elementos distintivos que corresponde a un proceso de construcción comunitario. Fue implementado a través de piezas digitales que fueron divulgadas a través de los canales locales y regionales mencionados anteriormente.

#### Fase 2. Desarrollo del Proceso

En esta fase se pretende comunicar el desarrollo del proceso, informar los avances, invitar a la participación de escenarios de construcción colectiva o participar enviando información relevante, validaciones o encuestas que permitan retroalimentación un poco más masiva de la que se puede realizar en los escenarios presenciales.

#### Fase 3. Resultados del proceso

Esta fase se realizó al final del proceso o cuando ya se tienen desarrollados los productos del programa de turismo de naturaleza, esto incluye el folleto, la cartilla y en general las piezas digitales construidas.

Durante la construcción del programa de turismo de naturaleza se adelantaron 70 acciones de divulgación que involucraron medios tradicionales como cuñas en “Quereme estéreo” (Anexo 14 certificación de emisión) , así como la divulgación en los grupos de WhatsApp de las organizaciones locales alrededor del componente ambiental, del comercio y de turismo en la cuenca (anexo 14 soporte de acciones de divulgación). Entre los grupos de WhatsApp en los que se divulgaron las piezas se encuentra : Grupo de prestadores de servicios asociados al ecoturismo en PNN Farallones de Cali (REPSE), profesionales de la oficina de PNN Farallones de Cali, grupos de las juntas de acción comunal y consejos comunitarios de la cuenca y en Facebook a través de portal especializado en turismo “Travelguias”.

## Diseño del producto turístico

A partir de la construcción colectiva se realizó el diseño del producto turístico, piezas divulgativas, folleto y la cartilla que da cuenta del programa de turismo de naturaleza de Anchicayá. Al igual que en la construcción de la marca, estos diseños fueron validados por el equipo técnico que acompañó el proceso, la comunidad local, así como la oficina de comunicaciones de la CVC.

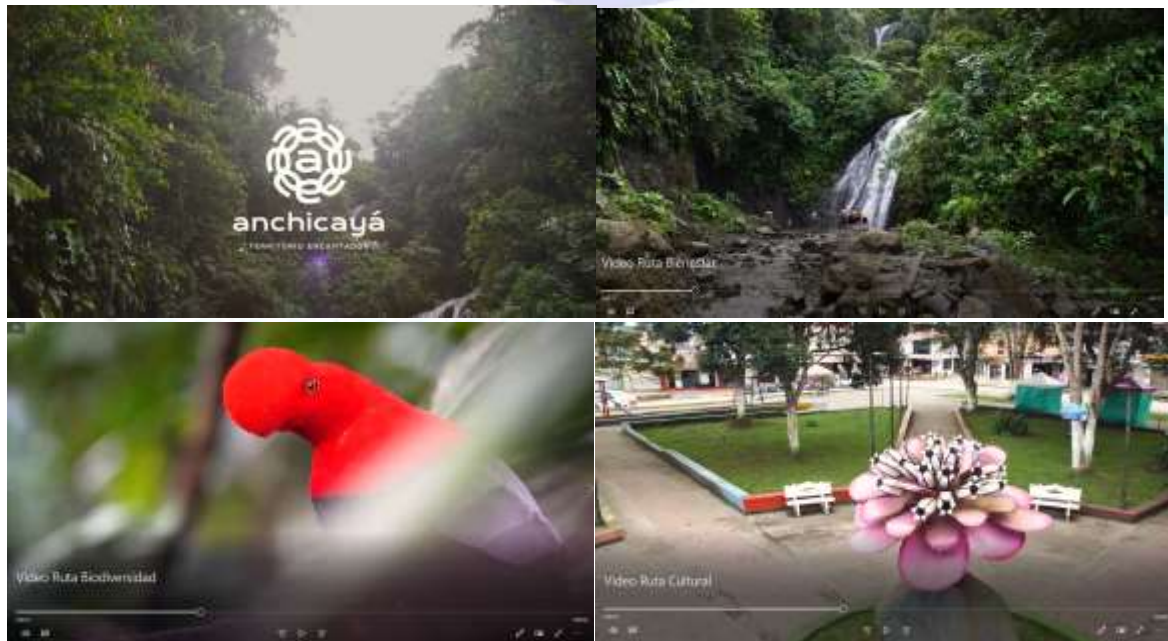
Figura 45, Resumen de los componentes del plan de medios desarrollados en la construcción del programa de turismo de naturaleza de Anchicayá



### Videos

Los videos se realizaron a partir de la descripción de cada una de las 4 rutas, con imágenes orientadas a mostrar las experiencias que se pueden vivir en la cuenca. Para ver los videos consulte el anexo 14 de este documento.

Figura 46, Imágenes de los videos contruidos por rutas de Anchicayá.





Para cada una de las 4 rutas que componen el producto turístico se desarrollaron 10 piezas digitales para promoción en redes sociales (anexo 14).

Figura 47, Esquema de desarrollo de piezas digitales por ruta, Anchicayá “Territorio encantador”



Figura 48, Ejemplo de piezas digitales de Anchicayá



### Guion de interpretación

Como parte de las herramientas que permita a los guías turísticos e intérpretes del patrimonio locales ilustrar a los visitantes los aspectos relacionados con los atractivos turísticos, valores naturales y culturales de la cuenca de Anchicayá se desarrollaron 4 guiones (uno por cada ruta). Estos guiones comprenden los objetivos de la ruta, contexto histórico geográfico, recomendaciones, y una narrativa.



Figura 49, imágenes de referencia de los guiones diseñados para las rutas en Anchicayá (anexo 14)



Producto turístico

El producto turístico se diseñó teniendo como en cuenta los atractivos turísticos y su georreferenciación en la cuenca, tiene las 4 rutas desarrolladas, así como otros datos relevantes que permita una orientación para los visitantes y turistas (anexo 14).

Figura 50, Diseño del producto turístico Anchicayá "territorio encantador"

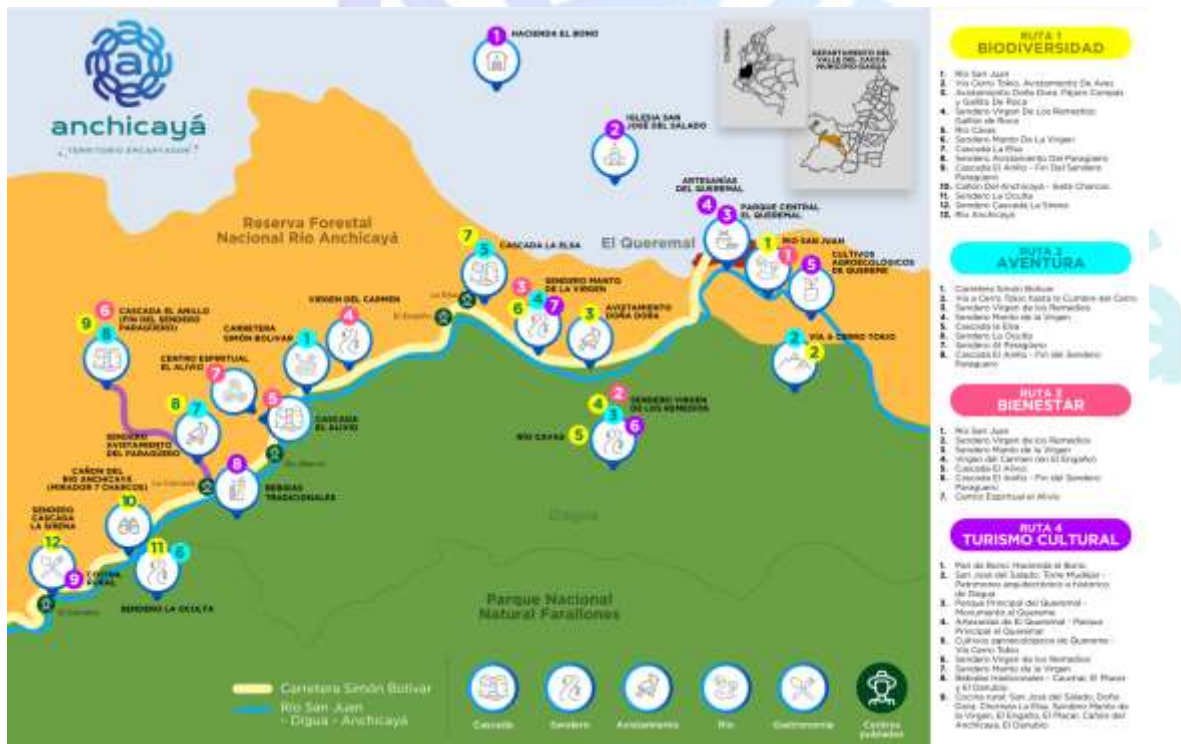


Figura 51, Diseño de plegable de Anchicayá "Territorio encantador"



También el diseño de un plegable que en una de sus caras cuenta con fotografías, datos de contacto, entidades que participaron y una descripción de las rutas. En la otra cara está el diseño del producto turístico que hace referencia al mapa con las rutas y atractivos (anexo 14).

Cartilla

Se desarrolló una cartilla digital del producto turístico que, con la portada, presentación general del programa de turismo, la descripción de los subproductos y rutas definidas, el objetivo, visión y misión del programa de turismo y el diseño gráfico del producto turístico (ver anexo 14 plan de medios).

Figura 52, Portada y primeras páginas de la Cartilla digital





## 4. FASE 4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

### 4.1 Consolidar los elementos de la planificación estratégica para el turismo de naturaleza

Consiste en la definición de la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos para el Turismo de Naturaleza en el Destino.

A partir de talleres y mesas de trabajo para la co-creación del Programa de Turismo de Naturaleza, se abordó la definición de la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos para el Turismo de Naturaleza en el Destino, que de manera participativa se llegó a lo siguiente:

MISIÓN:

*“UNIR ESFUERZOS Y RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y ECONÓMICOS PARA LA GESTIÓN REGENERATIVA DEL TURISMO DE NATURALEZA EN EL DESTINO ANCHICAYÁ”*

VISIÓN:

*“PARA EL AÑO 2030, EL DESTINO DE ANCHICAYÁ ALCANZARÁ RECONOCIMIENTO POR LA IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS REGENERATIVAS EN EL TURISMO COMUNITARIO, GARANTIZANDO LA CONSERVACIÓN DE SUS RECURSOS NATURALES, CULTURALES Y EL BIENESTAR TERRITORIAL”*

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- Implementar un modelo de gestión comunitaria del turismo en el destino que permita mejoras en la infraestructura para el bienestar de la comunidad y la conservación de su biodiversidad.
- Establecer una política de comercialización y promoción acorde a los valores de conservación del patrimonio natural y cultural de Anchicayá.
- Fortalecer las capacidades técnicas y blandas del capital humano de Anchicayá a través del ejercicio colaborativo.
- Implementar una estrategia asociativa para fortalecer la formalización y articulación comunitaria de los prestadores de servicios del destino Anchicayá.
- Generación de datos estadísticos para la competitividad del destino.
- Fortalecimiento y recuperación del arraigo cultural como identidad del producto de naturaleza del destino.

### 4.2 Construir una propuesta de figura de administración del turismo para el destino

A partir de los talleres realizados con la comunidad, con participantes provenientes de diferentes zonas de la cuenca de Anchicayá, el 25 de noviembre del 2021 se aprobó la figura colectiva **Comité Local de Turismo de Anchicayá**, la cual surge en función de representar los intereses de quienes realizan prestaciones de servicios asociados al turismo en esta cuenca; surgiendo así la responsabilidad por liderar la gestión turística de la cuenca de forma comunitaria.

De acuerdo se establece en el acta: “Asistieron en total 23 personas con representación de Junta de Acción Comunal de la Cascada, Junta de Acción Comunal El Placer, Junta de Acción Comunal El Queremal. De las instituciones CVC, PNN, UMATA, Alcaldía Municipal, Concejo Municipal. Y empresarios y emprendedores de organizaciones como Doña Dora, Cortucan, Ecotayra, Bioaventura y Fundación Ser.”

“...se determinó que era necesario pensar en los objetivos, roles y compromisos del comité de turismo sostenible. En este proceso se llevó a cabo un debate en la funcionalidad de la figura y la selección de sus miembros.

Después de realizar un debate participativo sobre la figura administrativa, funcionalidad y roles del comité de turismo sostenible de Anchicayá, se propuso y acató por unanimidad una propuesta alusiva a que el comité fuera conformado por 3 representantes de la cuenca baja, 3 de la cuenca alta de Anchicayá, un representante de la alcaldía puede ser el enlace de turismo, un representante de CVC y un representante de PNN.

Como resultado, la comunidad legitimó a 7 líderes comunitarios además del enlace de turismo de la Alcaldía de Dagua, para acordar agendas respecto a las estrategias de promoción y comercialización de servicios en áreas de naturaleza en la Cuenca del Anchicayá. Para lo cual, se establecieron fechas de reuniones potenciales y un grupo vía WhatsApp, en el que se incentiva el dialogo transversal de sus participantes, se resuelven inquietudes y acuerdan reprogramaciones o reuniones extraordinarias.

De esta manera y por unanimidad del grupo, fueron seleccionados en el COMITE LOCAL DE TURISMO ANCHICAYÁ:

1. Berenice Perdomo - Queremal
2. Katherine López - Queremal
3. Mildred Vanessa Beltrán - Queremal
4. Elber Sánchez - Cuenca Media
5. Fredy Rebolledo - Cuenca Baja
6. Sandra Sánchez - Cuenca Baja
7. Liliana Suarez - CVC
8. Luis Carlos Mamian - PNN
9. Lina Bautista - Enlace de Turismo de la Alcaldía de Dagua

En temas de localización, cabe señalar que tres de los siete líderes están situados en El Queremal, uno en la cuenca media y dos en la cuenca baja.

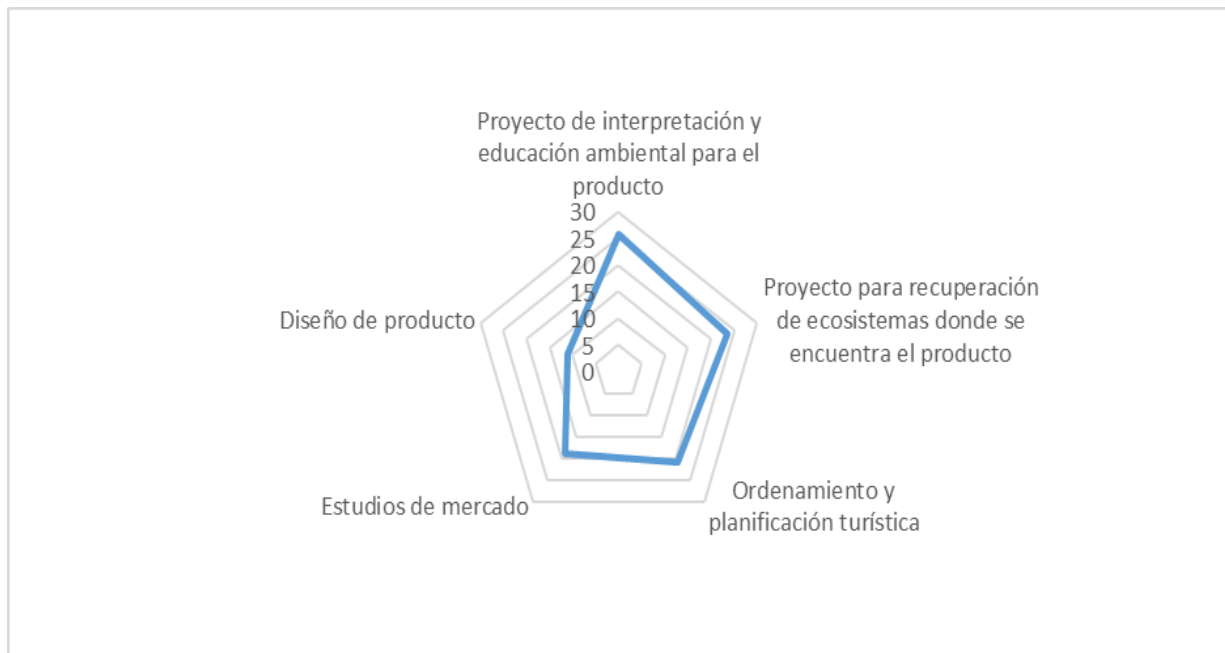
#### 4.3 Definir los ejes competitivos, estrategias y proyectos del programa de turismo de naturaleza.

Es importante vincular los actores en la formulación de este componente, para lo cual se realizaron mesas de trabajo con las comunidades locales y prestadores de servicios turísticos, el inicio de este trabajo se realiza en la fase de aprestamiento para lo cual se ha incluido como uno de los temas en el curso de capacitación denominado “Contextualización del turismo para el desarrollo rural” y se culminará al final del proyecto con el desarrollo del presente capítulo.

Además, a través de los talleres de percepción empresarial se les pidió a los participantes que describieron las temáticas de mayor importancia a la hora de construir un destino sostenible, con los cuales se interpreta los ejes de interés desde la propia visión de la comunidad interesada en el turismo dentro de la Cuenca del Anchicayá. Entre los cuales se destacan la interpretación y educación ambiental sobre el resto de los intereses con un 25%; continuando por la recuperación de ecosistemas en áreas donde se encuentra el producto turístico con un 23%; luego el Ordenamiento y Planificación con un 20%; los Estudios de mercadeo con un 18% y el Diseño de productos con un 11%. Coherencia proyectiva que posiciona los intereses de reconocimiento ecosistémico del área operativa como valor principal, aunado a las estrategias de protección que logren proteger los ecosistemas relevantes en términos turísticos, y por consiguiente los cuales tienen una mayor presión derivada de su uso.



Gráfico 95 Temáticas de mayor importancia a la hora de construir un destino sostenible



Por otra parte, las líneas de acción, estrategias y proyectos del programa de turismo de naturaleza son ajustados al plan de negocios de turismo de naturaleza de Colombia (PTP, 2013), por lo tanto, se plantean proyectos bajo los siguientes 5 ejes competitivos para estimular el desarrollo del turismo de naturaleza y aumentar la competitividad del sector.

1. Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial
2. Marco normativo
3. Capital humano
4. Infraestructura y sostenibilidad
5. Inteligencia competitiva

Para este componente se presenta lo siguiente:

- Líneas de acción o ejes competitivos
- Líneas estratégicas
- Proyectos

Para cada proyecto se elaboró una ficha de perfil que contiene:

- Justificación
- Objetivos (General y específico)
- Actividades
- Indicadores de producto
- Metas
- Costo aproximado
- Fuentes de financiación
- Tiempo de ejecución del proyecto
- Actores de interés

Para facilitar la implementación y seguimiento de los proyectos se presenta lo siguiente:

- Criterios de priorización de los programas y proyectos del programa de turismo de naturaleza.
- Cronograma de implementación de los programas y proyectos presentados en el programa de turismo

Cabe resaltar que, para la definición de las líneas de acción o ejes competitivos, las líneas estratégicas y los proyectos, se contó con la participación de la comunidad en el ejercicio de priorización y del diseño de paisaje soñado, en el cual fueron definidas las principales problemáticas y necesidades del territorio y en especial del sector turístico en el destino Anchicayá. (Ver documento: 5.1 y 5.2 Sistematización Taller Perspectiva Territorio Turístico Deseado y Foro Análisis de Tensores Territoriales para el Turismo de Naturaleza).

En el Anexo 14 se encuentran detalladas las fichas de cada uno de los Proyectos para el Desarrollo Competitivo del Producto Turismo de Naturaleza del Destino Anchicayá, los cuales se encuentran estructurados a partir de 5 líneas de acción o ejes competitivos:

- 1) Infraestructura y Sostenibilidad
- 2) Fortalecimiento, Innovación y Promoción
- 3) Talento Humano
- 4) Marco Normativo
- 5) Inteligencia Competitiva

Estos a su vez se encuentran subdivididos en estrategias para las cuales se definieron uno o más proyectos de acuerdo con la percepción comunitaria de las necesidades y prioridades a implementar en el territorio, en miras a la mejora en la prestación de los servicios turísticos de base comunitaria basados en un desarrollo sostenible y regenerativo del turismo de naturaleza para el Destino Anchicayá.

En este sentido, fueron formulados 18 proyectos que hacen parte del componente programático del programa de Turismo de Naturaleza, en alineación con los 5 ejes competitivos del Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza de Colombia, los cuales en su ficha descriptiva contienen cada uno su justificación, objetivos generales y específicos, actividades, indicadores de producto, metas, tiempo de duración, costo estimado, posibles fuentes de financiación y actores de interés o posibles responsables.

En el anexo 16 se presentan las fichas de los proyectos

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
INFRAESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD	Estrategia Regenerativa	i) Gestión de accesos y preservación de los senderos	<p>Identificar los corredores ambientales y estado de estos para su preservación.</p> <p>Identificar los límites de capacidad de carga en los sitios de atractivo que no cuentan aún con estudios de capacidad de carga.</p> <p>Administrar y acondicionar la infraestructura básica en los accesos a los senderos ecoturísticos.</p> <p>Incentivar el uso de senderos ecológicos</p> <p>Fortalecer las acciones interinstitucionales orientadas a la adecuación de senderos</p>	<p>Definir gestores involucrados en la actividad turística</p> <p>Establecer un manual de gestión para definir límite de capacidad máxima y acondicionamiento de senderos.</p> <p>Acondicionamiento de los espacios priorizados por la comunidad</p> <p>Fortalecer los lazos entre la comunidad empoderada</p> <p>Mejorar la comprensión en límites de carga aceptables y vías y planes de contingencia</p>	420.000.000
		ii) Innovación en sostenibilidad ecoturística	<p>Fortalecer las capacidades de la comunidad para medir sus impactos en la huella de carbono.</p> <p>Diseñar políticas ambientales en torno a la recuperación de ecosistemas.</p> <p>Promover estrategias de sensibilización y restauración de</p>	<p>Determinar los impactos de huella de carbono de los actores vinculados a la actividad turística de la región</p> <p>Aumentar la autogestión de la comunidad</p> <p>Recuperar áreas ecosistémicas a través de reforestación</p>	400.000.000

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			<p>ecosistemas en las áreas protegidas.</p> <p>Facilitar estrategias comerciales de aprovechamiento responsable de los recursos naturales.</p>	<p>Aumentar el número de emprendimientos comunitarios orientado a la restauración de ecosistemas nativos</p>	
		iii) Conservación de la biodiversidad – Monitoreos participativos	<p>Fortalecer las capacidades comunitarias en el diseño e implementación de un sistema de monitoreo participativo del estado y conservación de los bienes y servicios ecosistémicos.</p> <p>Incorporar el diálogo de saberes en los contextos culturales del pacífico vallecaucano como estrategia de generación de conocimientos y conservación de la biodiversidad.</p> <p>Contribuir a la sensibilización de las comunidades aledañas sobre la importancia de los valores objeto de conservación de las áreas protegidas en el sector de Anchicayá</p>	<p>Diagnosticar el estado y las presiones de los bienes y servicios ecosistémicos, así como los objetos de conservación en la zona.</p> <p>Aumentar la autogestión de la comunidad.</p> <p>Llevar un registro histórico y una metodología clara y replicable que evidencie los cambios que ha tenido el territorio y las proyecciones de este.</p> <p>Establecer procesos o planes de manejo local concertados con las autoridades respectivas para la gestión del territorio.</p>	380.000.000
	Estrategia Infraestructura	iv) Plataforma Digital para la Gestión Sostenible del destino Anchicayá	<p>Establecimiento de plataforma digital que facilite y articule al sector turístico en su operación, comercialización, comunicación y control de la gestión del turismo sostenible del Municipio de Dagua.</p>	<p>Articulación de 5 rutas de naturaleza a la plataforma digital y física del sistema de gestión de la sostenibilidad turística.</p> <p>200 líderes emprendedores fortalecidos en el programa de transferencia de conocimiento</p>	350.000.000



Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			Brindar herramientas digitales para la articulación, operación, comercialización, comunicación, control y transferencia de conocimiento para el fortalecimiento de habilidades en gestión del turismo sostenible en el municipio de Dagua y la conservación de su patrimonio cultural y ambiental.	para el uso y aprovechamiento de la plataforma digital de la gestión turística en el municipio de Dagua	
		v) Gestión de Residuos	<p>Fomentar el reciclaje de residuos en el destino y reducir el consumo de bienes y servicios que produzcan residuos no reciclables.</p> <p>Establecer políticas que fomenten el uso de materiales reutilizables.</p> <p>Fomentar el uso de materiales reciclados en la elaboración de artesanías de tipo suvenires.</p>	<p>Protocolo para la gestión de residuos</p> <p>Plan de manejo de compostaje y deshidratación de materiales orgánicos</p> <p>Fortalecer los sistemas locales de aprovechamiento de residuos apoyado en tecnologías para la transformación de materias primas</p> <p>Protocolo para el aprovechamiento responsable de residuos</p> <p>Manual de conducta para la gestión del turismo responsable</p>	400.000.000
		vi) Decoración de espacios y señalética	Caracterizar los elementos significativos de la región.	Diagnóstico de los emblemas simbólicos de la comunidad que habita la Cuenca del Anchicayá	80.000.000

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			<p>Definir criterios de estilos en el acondicionamiento de los espacios de atención al visitante.</p> <p>Fomentar estrategias de acondicionamiento para espacios de operación turística, relacionados con la Cuenca del Anchicayá</p>	<p>Acuerdo de homogeneidad decorativa entre los prestadores turísticos</p> <p>Fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia de la población anfitriona</p> <p>Embellecer los escenarios paisajísticos del destino Anchicayá.</p>	
FORTALECIMIENTO, INNOVACIÓN Y PROMOCIÓN	Estrategia Desarrollo de Producto	vii) Gestión de alojamientos rurales	<p>Desarrollo de habilidades en la administración de servicios de alojamiento rural.</p> <p>Construcción de amenities locales.</p> <p>Gestión de reservas en alojamientos rurales.</p>	<p>Manual de gestión en servicios de pernocte en áreas naturales.</p> <p>Establecer acuerdos de estándares de calidad en los servicios de pernocte.</p> <p>Protocolos en la obtención de amenities con sentido local.</p> <p>Fortalecer las competencias en el servicio de alojamiento del área de influencia.</p> <p>Incentivar la implementación de la Norma técnica Sectorial Colombiana NTSH 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje.</p>	80.000.000
		viii) Introducción a la guianza turística con énfasis en	<p>Optimizar las capacidades en guianza fortaleciendo la respuesta a situaciones de contingencia.</p>	<p>Censo de guías.</p> <p>Protocolo de seguridad.</p>	300.000.000

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
		patrimonios de naturaleza con fines de conservación	<p>Fortalecer los guiones y discursos empleados en la guianza turística.</p> <p>Fortalecer las capacidades de interrelación comercial.</p>	<p>Protocolo para la protección del patrimonio.</p> <p>Encadenamiento productivo.</p> <p>Consolidar un gremio regional de Guías Turísticos para el destino Anchicayá.</p>	
		ix) Comercialización turística, con énfasis en mercado de naturaleza	<p>Identificar las estrategias actuales en la captación de mercados objetivos y las debilidades del sector.</p> <p>Fortalecer la comercialización en servicios turísticos de naturaleza.</p> <p>Capacitar a los prestadores de servicios en torno a la comercialización de productos turísticos.</p>	<p>Diagnóstico comercial de las áreas protegidas en Anchicayá.</p> <p>Aplicar un modelo comercial para las áreas protegidas en Anchicayá.</p> <p>Fortalecer las habilidades comerciales de los prestadores de servicios turísticos relacionados con ambientes naturales.</p> <p>Fortalecer las habilidades para evaluar la efectividad de acciones comerciales y posteriores adaptaciones.</p>	250.000.000
	Estrategia Promoción	x) Publicidad turística de Naturaleza con fines de Conservación	<p>Consolidar la imagen del destino Anchicayá</p> <p>Elaborar campañas publicitarias con alcances efectivos que involucren de forma integral el destino.</p>	<p>Manual de marca, gestión de imagen e identidad para el destino</p> <p>Establecer un modelo de procedimientos para la aplicación de campañas publicitarias relacionadas con el destino.</p>	300.000.000

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			Instalar habilidades y capacidades entre los prestadores de servicios en torno a estrategias publicitarias.	Fortalecer las habilidades para calcular costos de inversión en campañas promocionales  Fortalecer las habilidades para analizar impactos de campañas publicitarias	
TALENTO HUMANO	Estrategia Formación del Ser	xi) Liderazgo y trabajo en equipo para el manejo de conflictos y la construcción de paz	Unificar la visión y potencialidades de los servicios ofrecidos en torno a la Cuenca del Anchicayá  Implementar estándares de calidad en la atención de visitantes en el destino Anchicayá.  Diseñar y aplicar protocolos en servicios turísticos relacionados a los valores promovidos por quienes habitan la Cuenca del Anchicayá.	20 líderes comunitarios capacitados en liderazgo y trabajo en equipo.  Gestión de estándares de calidad turística,  Catálogo de productos turísticos de encadenamiento comunitario	200.000.000
	Estrategia Encadenamiento y Redes	xii) Legalidad empresarial: con énfasis en modelos de asociatividad.	Fortalecer las capacidades de asociatividad de emprendedores turísticos en el área de influencia de la Cuenca del Anchicayá  Diseñar líneas de integración comercial con oficinas de turismo, entidades gubernamentales y redes	Impulsar la creación de una mesa gremial en turismo de naturaleza para los municipios de Ginebra y Guacarí.  Lograr la articulación de actores locales a gremios del turismo como COTELVALLE, ANATO y ACOGA.	5.000.000



Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			<p>turísticas a niveles internacionales.</p> <p>Impulsar la creación de una mesa participativa de actores privados en turismo.</p>	Articulación local a redes de cooperación internacional en temas relacionados al turismo de naturaleza.	
	Estrategia Formación Técnica y Profesional	xiii) Atención de visitantes	<p>Unificar la visión y potencialidades de los servicios ofrecidos en torno a la Cuenca del Anchicayá</p> <p>Implementar estándares de calidad en la atención de visitantes en el destino Anchicayá</p> <p>Alcanzar las expectativas de los segmentos de mercados turísticos de naturaleza</p>	<p>Manual de atención en servicios,</p> <p>Gestión de estándares de calidad turística,</p> <p>Protocolos en atención.</p>	200.000.000
MARCO NORMATIVO	Estrategia Formalización	xiv) Legalidad empresarial	<p>Definir un reglamento estándar en la prestación de servicios turísticos en áreas naturales.</p> <p>Diseñar un modelo comunitario de turismo de naturaleza para Anchicayá, en complemento a las actividades principales desarrolladas por la comunidad anfitriona.</p> <p>Establecer un rol comercial desde el Comité Turístico Local, capaz de gestionar estrategias</p>	<p>Protocolos de operaciones.</p> <p>Modelo comunitario de turismo de naturaleza para Anchicayá.</p> <p>Modelos de contabilidad comercial.</p> <p>Confección de la operación comercial.</p> <p>Asistencia de prestadores turísticos a los talleres de socialización de programas de formalización.</p>	400.000.000

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			<p>colaborativas para el destino Anchicayá.</p> <p>Sentar bases en modelos productivos regenerativos en áreas de importancia por conservación patrimonial.</p>	<p>Aumento en la Registración mercantil, RUT, Registro Nacional de Turismo en el destino Anchicayá.</p> <p>Acceso a beneficios otorgados por parte de FONTUR</p>	
INTELIGENCIA COMPETITIVA	Estrategia Estadísticas	xv) Estadística comercial en turismo de Naturaleza	<p>Fomentar la implementación de estadísticas en el sector turístico.</p> <p>Fortalecer las capacidades de recolección de información de los prestadores turísticos de la Cuenca del Anchicayá</p> <p>Establecer incentivos para prestadores en el diligenciamiento de información turística.</p> <p>Analizar resultados que permitan ajustar la estrategia comercial del destino.</p>	<p>Diseño de encuestas</p> <p>Capacitación en la captura de información</p> <p>Aumentar la capacidad de lectura de información estadística recolectada</p> <p>Diligenciamiento de información al Comité Local de Turismo de Anchicayá, a la Alcaldía municipal y al Sistema de Información Turística del Valle del Cauca.</p>	320.000.000
	Estrategia Recuperación y Promoción Cultural	xvi) Cultura gastronómica	<p>Fortalecer la soberanía alimentaria y saberes ancestrales en torno a la culinaria del destino.</p> <p>Fortalecer las habilidades de empaquetamientos de productos alimenticios</p> <p>Instalar habilidades y capacidades de contabilidad y</p>	<p>Fortalecer la calidad de al menos 20 emprendimientos gastronómicos del área de influencia de la Cuenca del Anchicayá</p> <p>Catálogo de recetas tradicionales del destino Anchicayá.</p>	600.000.000

Tabla 54 Proyectos Programa Turismo de Naturaleza Anchicayá

Línea de Acción o Eje Competitivo	Estrategia	Proyectos			
		Título	Objetivos	Metas	Costo estimado/millones de pesos
			<p>administración básica en operaciones de servicios gastronómicos.</p> <p>Fortalecer saberes y habilidades en la transformación y aprovechamiento de los insumos locales.</p>	<p>Implementación de empaquetamientos compostables en al menos 20 emprendimientos del destino Anchicayá.</p> <p>Mejorar la calidad de preparación de los espacios gastronómicos en al menos 20 emprendimientos del destino.</p> <p>Fortalecer la capacidad de administración de los recursos económicos en al menos 20 emprendimientos gastronómicos de la región.</p> <p>Alcanzar articulaciones entre los prestadores de servicios que hacen parte de la Cuenca</p>	
		xvii) Fortalecimiento del Arraigo cultural	<p>Concertación de los códigos culturales compartidos por las tradiciones campesinas, indígenas y afro de la Cuenca del Anchicayá</p> <p>Crear semilleros de formación para el fortalecimiento de las muestras identitarias del destino.</p> <p>Identificar los potenciales aprovechamientos derivados de la práctica y reproducción de modelos tradicionales afines al destino</p>	<p>Plan de Salvaguardia de los saberes patrimoniales de la Cuenca del Anchicayá.</p> <p>Creación de 5 espacios culturales o semilleros de formación cultural en el destino Anchicayá y su zona de influencia.</p>	300.000.000



#### 4.4 Socialización y Lanzamiento Oficial del Plan de Turismo de Naturaleza Destino Anchicayá

El Programa de turismo de naturaleza fue lanzado y socializado en una reunión con las principales autoridades territoriales, ambientales, académicas y otras relacionadas con el turismo en el territorio el día 15 de septiembre con la participación de 55 personas. En este espacio también participaron organizaciones locales, consejos comunitarios de comunidades negras y prestadores de servicios turísticos.

La programación incluyó un momento de presentación de los asistentes, la narración del proceso de planificación, la proyección de los videos diseñados para la promoción del producto turístico y rutas turísticas, así como la cartilla digital del producto turístico y las piezas de divulgación. El cierre fue acompañado por un grupo de música local que cerro este evento con un acto cultural. Además, se entregó un material de recuerdo a las personas que participaron con el diseño del producto turístico que incluyó un llavero, agenda con diseño del programa de turismo, bolígrafo con el diseño de la marca Anchicayá, y una manilla con la imagen del destino turístico.

*Figura 53, Registro fotográfico del evento de lanzamiento y socialización del Programa de Turismo de Naturaleza de la RFPN Río Anchicayá y si zona de influencia, Hotel Campanario.*







El Anexo 17 de este documento contiene los soportes de la realización de esta actividad.

anchicayá  
TERRITORIO ENCANTADOR

## BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (2021). Lista de los Anfibios de Colombia: Referencia en línea V.11.2021. <http://www.batrachia.com>; Batrachia, Villa de Leyva, Boyacá, Colombia.

Acuerdo 002 de 2005. Por la cual se declara en Ordenación la Cuenca Hidrográfica del Río Anchicayá y se toman otras determinaciones. 28 de junio de 2005. D.O. No. 45953.

Alcaldía de Dagua 2018. Análisis de Situación de Salud 2018 con el Modelo de los Determinantes Sociales de Salud, p 31

AmphibiaWeb. 2021. <<https://amphibiaweb.org>> University of California, Berkeley, CA, USA. Accessed 10 Feb 2022.

Asociación Colombiana de Ingeniería Sísmica, Comité AIS-300 (2009). Estudio General de Riesgo Sísmico de Colombia. Bogotá, 226p.

Asociación Colombiana de Ornitología (2020): Lista de referencia de especies de aves de Colombia - 2020. v2. Asociación Colombiana de Ornitología. Dataset/Checklist. <http://doi.org/10.15472/qhsz0p>

Belcher, B., Ruíz-Pérez, M & R. Achdiawan. 2005. Global patterns and trends in the use and management of commercial NTFFPs: implications for livelihoods and conservation. *World Dev* 33:1435–1452

Bernal, R., S.R. Gradstein & M. Celis (eds.). 2020. Catálogo de Plantas y Líquenes de Colombia. v1.1. Universidad Nacional de Colombia. Dataset/Checklist. <https://doi.org/10.15472/7avdhn>

Bolívar, W., Echeverri, J., Reyes, M., Gómez, N., Salazar, M. I., Muñoz, L. A, Velasco, E., Castillo, L. S., Quiceno, M. P., García, R., Pfaffner, A. M., Giraldo, A. y Ruiz, S. L. (2004). Plan de acción en biodiversidad del Valle del Cauca: propuesta técnica. Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca e Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humbolt, Bogotá. 166 p.

Borrero Hurtado Alma L, (2012). Cali-Cárcel y Otros Relatos. Historia de la virgen de los remedios.

Byg, A. & H. Balslev. 2004. Factors affecting local knowledge of palms in Nangaritza valley in south-eastern Ecuador. *Journal of Ethnobiology* 24(2), 255–278.

Congreso de Colombia. Ley 99 de 1993, artículo 31. "Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente

y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones." 22 de diciembre de 1993.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca CVC (30,11,2021). La Reserva del Río Anchicayá, en Dagua, tendrá su Programa de Turismo de Naturaleza. Disponible en: <https://www.cvc.gov.co/boletin-prensa-361-2021>.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca CVC - Unidad administrativa especial de parques nacionales UAESPNN y Universidad del Valle UNIVALLE (2007). Plan de Ordenamiento y Manejo de la Cuenca Hidrográfica del río Anchicayá POMCA. Convenio CVC-Univalle 168/03. Cali.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca CVC - Fundación Aguaviva FUNAGUA. (2009). CONVENIO No. 256 DE 2009 "Aunar esfuerzos técnicos y económicos para realizar el análisis preliminar de la representatividad ecosistémica, a través de la recopilación, clasificación y ajuste de información primaria y secundaria con rectificaciones de campo del mapa de ecosistemas de Colombia, para la jurisdicción del Valle del Cauca. Cali. 91 p.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca CVC (2014). Listado de especies silvestres de fauna del Valle del Cauca con categoría nacional de amenaza, 94 registros, aportados por Salazar, M. (Publicador), En línea, <http://ipt.sibcolombia.net/valle/resource.do?r=cvc-002> , versión 1 (actualizado el 18/02/2014).

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca CVC - Fundación Gaia. (2015). Ajuste al plan de manejo del Distrito de Conservación de Suelos Cañón de Río Grande en jurisdicción de los municipios de Restrepo, La Cumbre y Vijes, departamento del Valle del Cauca. Cali. 486 p.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC. (2021). GeoCVC. Grupo Sistemas de Información Ambiental. Cali. Recuperado de [https://geo.cvc.gov.co/visor\\_avanzado/](https://geo.cvc.gov.co/visor_avanzado/)

Cotelco&Unicafam (2022). Índice de competitividad turística de Colombia. Centro de Pensamiento Turístico,

eBird. 2021. eBird: An online database of bird distribution and abundance [web application]. eBird, Cornell Lab of Ornithology, Ithaca, New York. Available: <http://www.ebird.org>.

Encyclopedia of Life EOL (2021). Available from <http://eol.org>.

EPSA – Eprodesa, (2016). Plan Estratégico de Turismo de Anchicayá. Actividad ejecutada de manera conjunta en la cuenca del río Anchicayá.

Escobar, J. (2021). Colección de Zoología Universidad Icesi: Herpetología. Versión 1.3. Universidad Icesi. Occurrence dataset <https://doi.org/10.15472/n48imq> accessed via GBIF.org.

Froese, R. & D. Pauly. (Eds.). (2021). FishBase. World Wide Web electronic publication. [www.fishbase.org](http://www.fishbase.org), version (08/2021)

Fundación Eprodesa, UAESPNN, EPSA, Fundación Epsa (2013). Implementación de acciones de conservación en la cuenca del Río Anchicayá - línea estratégica en restauración ecológica. Dagua, 65p.

Fundación Eprodesa – Corporación Coloso (2017). Plan Estratégico Territorial –Anchicayá. Dagua, 54p.

Galeano, G. y R. Bernal (2010). Palmas de Colombia. Guía de campo. Editorial Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Ciencias Naturales, Facultad de Ciencias – Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. 668p.

GBIF.org (2021), Página de Inicio de GBIF. Disponible en: <https://www.gbif.org>.

Gobernación del Valle del Cauca. Decreto No. 1-3-0416 de 2018, Art. 2. Por medio del cual se adopta la red vial de competencia departamental a cargo del departamento del Valle del Cauca y se dictan otras disposiciones. 27 de febrero de 2018.

Gómez, A. (2014) Estructura y composición florística en la cuenca del río San Juan, corregimiento de El Queremal, municipio de Dagua Valle Del Cauca (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Palmira, Colombia.

Gómez-Díaz, M., Bolívar, W. y Burbano, C. (2019). Actualización del plan de manejo para la Rana Venenosa de Lehmann *Oophaga lehmanni* (Myers y Daly, 1976).

Gómez, Felipe (2020). En modo verde. Historias cvcinas, flor del quereme. Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca

IDEAM, IGAC, IAvH, INVEMAR, SINCHI, e IIAP (2007). Ecosistemas continentales, costeros y marinos de Colombia. Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional de Colombia, 276 p.

Instituto Geográfico Agustín Codazzi IGAC (2004). Levantamiento de suelos y zonificación de tierras en el Valle del Cauca-cap III. Bogotá: Imprenta Nacional. 233p



IUCN (2004). Red List of Threatened Species. A Global Species Assessment. 10.2305/IUCN.CH.2005.3.en.

Johnston, R. (Ed.). (2021). Wiki Aves de Colombia. Universidad Icesi. Cali, Colombia. [http://www.icesi.edu.co/wiki\\_aves\\_colombia/](http://www.icesi.edu.co/wiki_aves_colombia/)

Kattan, G. H. (2002). Fragmentación: Patrones y mecanismos de extinción de especies. Págs. 561-590 en M. R. Guariguata & G. H. Kattan (eds.). Ecología y conservación de bosques neotropicales. Libro Universitario Regional, Cartago, Costa Rica.

Ladio, A. & Lozada, M. 2000. Edible wild plant use in a Mapuche community of northwestern Patagonia. Hum. Ecol 28:53–71

Mamani V, Wilson (2016) Entender el turismo, Glosario básico.

Millennium Ecosystem Assessment MEA. (2005). Ecosystems and human well-being: Biodiversity synthesis. World Resources Institute., Washington, D.C.

MINCIT-CITUR (2022). Estadísticas, flujo de turistas, turismo receptor en Colombia.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2020). Lista de especies silvestres amenazadas de la diversidad biológica continental y marino-costera de Colombia - Resolución 1912 de 2017 expedida por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. v2.5. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Resolución 1208 de 2018. "Por la cual se precisa el límite de la Reserva Forestal Protectora Nacional río Anchicayá, declarada mediante la Resolución número 11 de 1943 y ampliada a través de la Resolución número 38 de 1946 del Ministerio de la Economía Nacional". 29 de junio de 2018.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2010): Disponible en <http://www.casadeculturapiedadelsol.gov.co/wp-content/uploads/2014/09/METODOLOGIA-PARA-LA-ELABORACION-DEL-INVENTARIO-DE-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2011). Política de turismo cultural de Colombia (2021). Condiciones de sostenibilidad y competitividad del turismo cultural y creativo en Colombia, propiciando la vinculación, inclusión y participación de las comunidades locales en su desarrollo; fortaleciendo la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio, de los activos culturales del país

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2012). Diagnóstico de turismo de naturaleza en Colombia. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Proexport.

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

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2014): Norma Técnica Sectorial Colombiana-NTS001. Destino Turístico-Área Turística. Requisitos de Sostenibilidad.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza. Actividades de subproductos del turismo de naturaleza en Colombia

Ministerio de Vivienda. Ley 1228 de 2008 y en el Decreto 2976 de 2010, Por la cual se determinan las fajas mínimas de retiro obligatorio o áreas de exclusión, para las carreteras del sistema vial nacional, se crea el Sistema Integral Nacional de Información de Carreteras y se dictan otras disposiciones. 16 de junio de 2008.

Moreno-Arias, R. A. et al. (2021). Atlas de la biodiversidad de Colombia. Anolis. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Bogotá D. C., Colombia. 72 pp.

Nivia, J. (2001). Mapa Geológico Departamento del Valle del Cauca Escala 1:250000, Memoria Explicativa 2001.

Murillo, Jakeline (2019). Historia social de las comunidades de la región de la cuenca del río Anchicayá, Maestría en Historia.

Organización Mundial del Turismo-OMT. (2019). Panorama del turismo internacional. Estadística de turismo a nivel mundial, p, 1

Orús, Abigail. (2021) El turismo en el mundo - Datos estadísticos. Publicado en Statista, consultado el día 24 de febrero de 2022 en: [https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#dossierContents\\_\\_outerWrapper](https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#dossierContents__outerWrapper).

Pagaza-Calderón, E. M., González-Insuasti, M. S., Pacheco-Olvera, R. M. & M.T. Pulido. (2006). Importancia cultural en función del uso de cinco especies de artrópodos en Tlacuilotepec, Puebla, México. Sitientibus Serie Ciencias Biológicas 6: 65-71.

Patrimonio Natural – UAESPNN (2011). Evaluación de la composición y estructura del bosque en el marco de las evaluaciones rápidas de las experiencias de restauración ecológica implementadas en el PNN Farallones de Cali. Proyecto GEF – fondo de áreas protegidas. Cali, Colombia. 61p.

Quétier, F., Tapella, E., Conti, G., Cáceres, D., y Díaz, S. (2007). Servicios ecosistémicos y actores sociales. Aspectos conceptuales y metodológicos para un estudio interdisciplinario. *Gaceta ecológica*, México, Número especial: 17-26.

Ramírez-Chaves, H. E., Suárez-Castro, A. F., Morales-Martínez, D. M., Rodríguez-Posada, M. E., Zurc, D., Concha-Osbahr, D. C., Trujillo, A., Noguera-Urbano, E. A., Pantoja-Peña, G. E., González-Maya, J. F., Pérez-Torres, J., Mantilla-Meluk, H., López-Castañeda, C., Velásquez-Valencia, A. y Zárrate-Charry, D. (2021). Mamíferos de Colombia. Versión 1.12. Sociedad Colombiana de Mastozoología. Checklist dataset <https://doi.org/10.15472/kl1whs>.

Raz L, Agudelo Zamora H (2021). Catálogo de Plantas y Líquenes de Colombia. Versión 1.2. Universidad Nacional de Colombia. Checklist dataset <https://doi.org/10.15472/7avdhn>.

Salazar, L. (Ed.) (2016). Parque Nacional Natural Farallones de Cali, un tesoro hídrico de Colombia. Cali, Colombia: GÁ Editores.

Soler-Torres, N. (2021) Caracterización de los componentes fauna y flora de las áreas correspondientes a los territorios del Consejo Comunitario Llano Bajo. SIB Colombia.

Trópicos (2021). Missouri Botanical Garden. <https://tropicos.org>

Uetz, P., Freed, P, Aguilar, R. & Hošek, J. (eds.) (2021) The Reptile Database, <http://www.reptile-database.org>.

Parques Nacionales Naturales (2021) Plan de Manejo Parque Nacional Natural Farallones de Cali. (Documento inédito). Cali, Colombia.

República de Colombia. Decreto 1076 de 2015 Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, Artículo 2.2.2.1.2.1. 26 de mayo de 2015.

Unidad Administrativa Especial Parques Nacionales Naturales de Colombia PNN (2005). Plan de manejo 2005-2009 Parque Nacional Natural Farallones de Cali. Cali, valle del cauca. 402 p.

Vargas, S. y Bolaños, M. (1999) Presencia de reptiles en la región de Anchicayá, Pacífico colombiano, a través de un gradiente de deforestación. *Caldasia* 21(2), 235-238.

Vargas, F. y Castro, F. (1999). Distribución y preferencias de microhábitat en anuros (Amphibia) en bosque maduro y áreas perturbadas en Anchicayá, Pacífico colombiano. *Caldasia* 21:95-109

Vargas-Salinas, F. y Berrío Baca, H. (2009) Herpetofauna asociada a la vegetación de borde de carretera en la región de Anchicayá, Valle del Cauca, Pacífico de Colombia. *Novedades Colombianas*, 9(1), 28.

Velásquez Buitrago, Rodrigo. (s.f) – Hacienda el bono –

Wiersum, K. F. 1997. Indigenous exploitation and management of tropical forest resources: an evolutionary continuum in forest-people interactions. *Agric Ecosyst Environ* 63:1–16

