12. Proyecto de articulación social y productiva por medio del agroturismo



Yadira Peña Marín
Coordinadora Programa de Productividad y Competitividad Agropecuaria del Huila. Convenio IICA-Gobernación del Huila

Ángela Patricia Restrepo
Profesional Proyecto IICA-IILA

12.1 Proyecto de Turismo Rural

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA y el Instituto Ítalo Latino Americano IILA, con el apoyo y participación de la Secretaría de Agricultura y Minería del Departamento del Huila, y el Centro Provincial de Gestión Agroempresarial Agrosur; trabajaron conjuntamente en la formulación y ejecución de la primera fase del proyecto "Articulación Social y Productiva por medio del Agroturismo en territorios Rurales Andinos-Región Sur del Huila", cuyo objetivo es "Promover el agroturismo como oportunidad de diversificación de ingresos en comunidades rurales del centro y sur del Huila, con especial énfasis en mujeres y jóvenes".

Con la estrategia general del proyecto se busca valorizar con fines turísticos, la oferta de productos agropecuarios, agroindustriales, artesanales y gastronómicos, con identidad territorial (PIT); es decir, aquellos elaborados con base en una tradición y reputación relacionada con la biodiversidad, la cultura y/o el saber hacer propio del medio en que se producen, haciéndolos únicos en el territorio al cual, por lo general, se asocia su denominación.

Para dar inicio al proyecto, se participó en el taller de lanzamiento de la iniciativa en Machala, Ecuador, del 6 al 8 de noviembre, con la presencia de actores públicos y privados del Huila: Secretaría de Agricultura y Minería del Huila, Centro Provincial de Gestión Agroempresarial AGROSUR, Agroparque Lomachata, Serankwa y Café San Isidro. Este taller permitió compartir los lineamientos conceptuales del proyecto y explicar y analizar los alcances de la iniciativa con todos los actores participantes de Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia.

Igualmente se realizó un diagnostico del territorio a intervenirse en la región centro y sur del Departamento del Huila. Dicho diagnóstico contempló el siguiente análisis:

- ✓ Caracterización y análisis multidimensional del territorio (Garzón-Pitalito-Palestina-Isnos-San Agustín): descripción de las características generales, físicas y de infraestructura del territorio; además del análisis multidimensional del mismo (social, ambiental, económico y político interinstitucional).
- ✓ Inventario, descripción y jerarquización de los atractivos del territorio: caracterización de los atractivos turísticos, divididos en dos grupos: productos con identidad territorial (agropecuarios, agroindustriales, gastronómicos y artesanales) y otros atractivos (naturales, culturales, realizaciones técnicas, científicas, artísticas, etc.).
- ✓ Análisis de la oferta y demanda turística: análisis de la oferta y evaluación de la demanda a través de la aplicación de una entrevista a proveedores de servicios agroturísticos, y de la realización de encuestas a turistas y visitantes de la región.
- ✓ Análisis DOFA: identificación de las limitantes a superar (debilidades y amenazas) y los aspectos favorables a aprovechar (fortalezas y oportunidades), producto de los resultados obtenidos del estudio de oferta y demanda turística.

Finalmente, se desarrolló un taller local en el Tecnoparque Agroecológico Yamboró, en el Municipio de Pitalito-Huila, durante el 17 y 18 de noviembre, con el propósito global de acordar el conjunto de estrategias a adoptar por el proyecto, para la valorización y articulación agroturística de PITs de tal forma que, efectivamente, constituyan una oportunidad de diversificación de ingresos en comunidades rurales, con especial énfasis en mujeres y jóvenes. El taller permitió lograr los siguientes resultados:

Tabla 12.1. Resultados del Taller local

N°	OBJETIVOS	RESULTADOS
1.	Mejorar la comprensión del proyecto por parte de los actores públicos y privados vinculados con la actividad turística en el territorio.	Los participantes del Taller conocieron la propuesta del proyecto IICA-IILA que se está realizando en coordinación con la Secretaría de Agricultura y Minería del Departamento del Huila, para el corredor agroturístico del centro y sur comprendido por los municipios: Garzón, Pitalito, Palestina, San Agustín e Isnos; los actores comprendieron la estrategia propuesta de valorar los productos de identidad territorial (agropecuarios, agroindustriales, artesanales y gastronómicos) con fines turísticos y las posibilidades de contribuir al desarrollo económico y social de la región. Como mecanismo de acción para el desarrollo del proyecto se planteó la importancia de la articulación de esfuerzos entre el Gobierno (Local, Departamental y Nacional), las comunidades, las instituciones y las mipymes turísticas, con el propósito de articular acciones de manera coordinada y bajo una visión común.
2.	Validar la oferta agroturística actual y potencial del territorio y profundizar en el análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	Los actores realizaron una priorización de los productos con identidad territorial, con el objetivo de iniciar el proceso de articulación con aquellos de mayor potencial turístico, y que requieren un esfuerzo menor para empezar a operar y vender un servicio agroturístico. Por otra parte, se presentó el análisis DOFA para los PIT´s y la oferta turística del corredor objeto del proyecto, información que sirvió como referente para que los participantes plantearan las estrategias a seguir en torno a: mejoramiento de PIT´s, desarrollo de productos y servicios agroindustriales, comunicación y gestión de conocimiento, desarrollo de capacidades, fortalecimiento institucional e incidencia en políticas.
3.	Reflexionar en torno a decisiones de política requeridas para desarrollar el agroturismo, bajo el objetivo, diagnóstico y estrategia general del proyecto.	Es necesaria e indispensable la ejecución y/o aplicabilidad de políticas públicas de turismo que garanticen la calidad del servicio prestado. Los actores coincidieron en manifestar la falta de una entidad que vigile y controle la aplicación de estas normas, y también hicieron énfasis en la necesidad de contar con institucionalidad y políticas públicas específicas en agroturismo. El papel del Gobierno como el ente generador de políticas de desarrollo para la región, radica en la ordenación del territorio y la creación de condiciones que favorezcan el desarrollo del agroturismo, entre estas los incentivos tributarios, mejoramiento de la conectividad, acciones de promoción de la región, mejoramiento de la eficiencia y calidad de servicios públicos y demás actividades que competen su gestión. Por parte del sector privado, se requiere generar iniciativas de inversión y emprendimientos turísticos que permitan mejorar la oferta de servicios y el desarrollo de productos diferenciados y atractivos para los potenciales demandantes. La estrategia de articulación de políticas se fundamenta en la generación de alianzas sectoriales y multisectoriales, el compromiso institucional y la colaboración entre el sector público y privado.
4.	Identificar y validar opciones de estrategias específicas a considerar en el diseño final del proyecto como respuesta a las diferentes variables analizadas.	Se identificaron los componentes, actores involucrados y estrategias sugeridas por los participantes con base a la propuesta que se tenía derivada del análisis DOFA. Como conclusión del taller, los participantes promueven la creación de un comité interinstitucional de coordinación para el fomento y promoción del proyecto de agroturismo y del turismo en general.

A continuación se realiza un análisis detallado de los objetivos alcanzados con el taller local anteriormente descrito:

Objetivo 1:

Mejorar la comprensión del proyecto por parte de los actores públicos y privados vinculados con la actividad turística en el territorio.

Resultados detallados

Los actores que participaron del taller expresaron la motivación que tenían de trabajar por el turismo de la región centro y sur del Huila, sin embargo, a pesar de que mostraron tener conocimientos generales acerca del agroturismo, en la práctica muchos no saben cómo articular el turismo a la actividad agropecuaria, y a su vez cómo integrar este tipo de turismo especializado a la oferta de turismo que actualmente se está vendiendo en esta región como lo es la arqueología, el turismo de aventura y el ecoturismo. También manifestaron la falta de voluntad política para promover un desarrollo turístico regional, a pesar de que son una región con una gran cantidad de atractivos turísticos (parque arqueológico de San Agustín, el Macizo Colombiano, PNN Cueva de los guácharos, Volcán nevado del Huila, Desierto, etc.) y son productores agrícolas por excelencia, reconocen que no han tenido la visión del turismo como actividad dinamizadora de la economía de la región, en conclusión aún no existe una cultura turística.



Foto: *Parque Arqueológico San Agustín (Fuente: Kunayala)*

Tanto los actores públicos como privados comprendieron qué es un producto de identidad territorial y sus diferentes categorías: agropecuarios, agroindustriales, artesanales y gastronómicos, y la estrategia de valorizarlos con fines turísticos. Los participantes hicieron énfasis en buscar un desarrollo integral entre lo productivo-económico, lo social y lo ambiental, para generar desarrollo y mejorar la calidad de vida de la población rural.

Los actores ponen de manifiesto la necesidad de enmarcar este Proyecto como parte de los procesos de desarrollo rural de la región, en donde se busca generar emprendimientos

agroempresariales competitivos que generen riqueza productiva y sostenibilidad ambiental para el territorio.

En el taller estuvieron presentes las siguientes instituciones:

- ✓ Alcaldía municipal de Pitalito y Alcalde electo
- ✓ Alcalde electo de San Agustín
- ✓ Alcalde electo del municipio de Timaná
- ✓ Secretaría de Agricultura del Departamento
- ✓ Asociaciones de artesanos
- ✓ Asociaciones de productores agrícolas
- ✓ Operadores Turísticos
- ✓ Instructores y aprendices del SENA.

Además de lo anterior, otros temas planteados en relación al proyecto fueron:

- ✓ Los participantes mostraron interés de incluir en el proyecto a otros municipios aledaños como por ejemplo Timaná y Acevedo.
- ✓ Que una de las estrategias del proyecto sea el turismo comunitario.
- ✓ La necesidad de considerar los elementos de sostenibilidad social y ambiental dentro del proyecto de agroturismo, ¿cómo hacer perdurable la actividad?, ¿cómo trasmitir a las siguientes generaciones la vocación y heredar a los hijos este tipo de actividades?
- ✓ Articulación del sector público y el sector privado para lograr un verdadero desarrollo turístico.

Objetivo 2:

Validar la oferta agroturística actual y potencial del territorio y profundizar en el análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Resultados detallados

Los participantes propusieron priorizar los productos con identidad territorial, empezando por los que tienen un mayor potencial turístico, en cuanto a infraestructura, acceso, presentación, reconocimiento y servicio; productos con los que se pueda iniciar un proceso de valorización en el corto plazo. Los PIT priorizados fueron los siguientes:

Tabla 12.2. PIT's Priorizados

Categoría	PIT's Priorizados	¿En qué municipios están presentes estos PITs?	¿Qué otros productos podrían ser un PIT?
Agrícolas	Café	Pitalito	• La Guayaba y sus derivados: dulce, bocadillo • Las Orquídeas
	Panela	Isnos, San Agustín	
	Tilapia	Garzón	
Agroindustriales	Café	Pitalito	
	Panela	Isnos, San Agustín	
Gastronómicos	Achira	Pitalito	

Artesanales	Cerámica	Pitalito	
	Fique	Garzón	
	Tejeduría en fibras vegetales	San Agustín	

Objetivo 3:

Reflexionar en torno a decisiones de política requeridas para desarrollar el agroturismo, bajo el objetivo, diagnóstico y estrategia general del proyecto.

Resultados detallados

En Colombia existen leyes y políticas nacionales de turismo y de medio ambiente, como la Ley 300 de 1996, Ley 99 de 1993, Ley de Guías de Turismo, Política de Ecoturismo, Política de Turismo de Cultura, etc., e instituciones de apoyo al turismo como el Viceministerio de Turismo y el Fondo de Promoción Turística; son los alcaldes y gobernadores los articuladores, gestores y ejecutores de estas políticas, pero es la comunidad civil la demandante de estas políticas y del apoyo institucional, con estrategias y propuestas solidas.

De allí la importancia de generar visión empresarial en los productores rurales, generar un **cambio de actitud** para que las organizaciones no busquen **asistencialismo** ni estén a la caza de recursos públicos, sino que se apalanquen con este tipo de procesos para generar negocios competitivos y rentables.

Se identificaron necesidades de políticas relacionadas con los siguientes temas:

1. Mejorar la inspección que realizan los municipios a los productores de PIT's a fin de garantizar sanidad e inocuidad (Buenas Prácticas de Manufactura-BPM).
2. Estrategias y planes de emergencia para solventar épocas de climas adversos.
3. Organización y fortalecimiento de la cadena productiva de los PIT's.
4. Políticas de ordenamiento del territorio (Urbanidad, presentación de los municipios).
5. La necesidad de un marco normativo favorable para el desarrollo turístico.
6. Incluir estrategias de desarrollo turístico en los nuevos planes de desarrollo de alcaldías y gobernación.
7. Elaboración de planes sectoriales de turismo en los municipios.
8. Políticas públicas específicas de agroturismo, ya sean por acuerdo u ordenanza.
9. Continuidad en las políticas de gobierno.
10. Difusión de los programas y políticas de turismo del ámbito nacional.
11. Creación de un comité interinstitucional de desarrollo turístico, que articule el proyecto con la comunidad y la institucionalidad público/privada.

Objetivo 4:

Identificar y validar opciones de estrategias específicas a considerar en el diseño final del proyecto como respuesta a las diferentes variables analizadas.

Resultados detallados

Los resultados detallados de éste objetivo se expresan en la siguiente matriz consolidada del trabajo de los dos grupos de actores que durante el taller se organizaron para el análisis de estrategias.

Tabla 12.3. Matriz consolidada del análisis de estrategias

N°	Probables componentes	Actores claves	Estrategias/acciones/preocupaciones
1.	Mejora de productos con identidad territorial	Productores de PITs y sus insumos, Institucionalidad Pública, Instituciones Educativas, Entidades de Cooperación	• Mejorar la productividad de los PITs. • Certificar los productos con sellos de calidad. • Complementación entre PIT's (café con panela, presentación de los PIT's con empaques diseñados con ión arcilla). • Protección y diferenciación por medio de marcas e indicaciones de procedencia (patentes). • Fortalecimiento empresarial (organizacional, colaboración, competitividad). • Agregación de valor a través de asistencia técnica especializada, innovación y desarrollo de nuevos productos. • Creación de una cultura alrededor de los PIT's (Apropiación territorial). • Vigilancia tecnológica de los PIT's en otras regiones de Colombia y el mundo.
2.	Desarrollo de productos y servicios agroturísticos	Operadores Turísticos, Asociaciones de productores, Autoridades Locales, Sistema Financiero, Instituciones Educativas	• Diseño de productos agroturísticos en torno a los PIT's, los otros atractivos y servicios complementarios (Arqueología, Turismo de Aventura, Turismo de Naturaleza y Turismo Cultural). • Complementar esfuerzos con iniciativas públicas y privadas en marcha: Fincas, Hoteles, Restaurantes, Proyectos de Gobierno Local y Regional). • Favorecer la colaboración entre actores privados para la organización de nuevos paquetes turísticos. • Creación de una cultura turística, mejorando las competencias de ciudadanos y residentes del sector: Servicio al cliente, Servicios de transporte, Guías de turismo, etc. • Construcción de inventarios turísticos municipales (Actualización y seguimiento permanente).
3.	Comunicación y gestión del conocimiento	Autoridades Locales, Organismos de socorro y seguridad del Estado, Medios de Comunicación	• Sensibilización continua a los actores involucrados en el proceso de desarrollo turístico. • Divulgación de convocatorias, proyectos, políticas y programas en todos los niveles del Gobierno (Viceministerio de Turismo, Fondo de Promoción Turística, Corporaciones Autónomas, Acción Social, etc). • Diseñar una oferta basada en las expectativas y requerimientos de la demanda, sin perder la identidad del territorio. • Incorporación de las TICS en los puntos de información turística. • Proyectar una imagen del entorno basada en la cultura de sostenibilidad y desarrollo amigable con el medio ambiente. • Mejorar e incrementar la señalización turística. • Rescate de los valores culturales y tradiciones del territorio (Historia y Cultura).
4.	Desarrollo de capacidades	Universidades públicas y privadas, SENA, Gremios (Federación de Cafeteros, Fedepanela, Fedeagua, Asofruhocol),	• Desarrollo de capacidades para el diseño y organización de productos y servicios agroturísticos en torno a los productos de identidad territorial y los otros atractivos del territorio. • Fomentar a través de la capacitación la innovación constante de los PIT's como referentes del territorio y así minimizar los riesgos de su producción en otras localidades. • Organización de campañas de educación dirigidas a la población en general, autoridades, productores y formación de operadores turísticos. • Formulación de mallas curriculares de capacitación en función a los

		Entidades Gubernamentales	públicos específicos a atender. • Capacitación de los prestadores de servicios turísticos (Mejorar la disponibilidad y servicios de hoteles y restaurantes por categorías). • Intercambio de experiencias entre países que participan en el proyecto y otros países con experiencia en agroturismo.
5.	Fortalecimiento institucional	Autoridades locales, Productores, Operadores turísticos, Entidades de Cooperación Internacional.	• Mejorar la articulación entre gobiernos locales y otros niveles de gobierno • Promover instancias de diálogo y concertación (Comité público-privado). Articulación de la universidad. • Organización y asociatividad en torno a los PITs y entre los diferentes actores que participan o podrían participar en el diseño y desarrollo de productos y servicios agroturísticos. • Formalización de los emprendimientos. • Respeto de los rubros públicos destinados al desarrollo turístico con una política clara. • Creación de un comité interinstitucional de coordinación para el fomento y promoción del turismo. • Fortalecer la asociatividad para mejorar las condiciones de producción y comercialización de los PIT's y sus insumos. • Creación de un cluster de servicios turísticos que involucre todos los actores de la cadena de servicio. • Adquisición y mejoramiento de materiales y equipos técnicos y tecnológicos. • Fortalecer la aplicación de la ley respecto de servicios turísticos. • Crear oficinas de turismo en los municipios que puedan coordinar con los diferentes actores públicos y privados.
6.	Incidencia en políticas	Autoridades locales, departamentales y nacional	• Creación de políticas e instrumentos de políticas para el desarrollo del agroturismo. • Diseñar un marco normativo favorable para el desarrollo del turismo. • Incorporar estrategias dentro de los planes de desarrollo departamentales y locales. • Diseño y ejecución de planes sectoriales de turismo en los municipios. • En el ordenamiento del territorio, identificar áreas prioritarias para turismo. • Continuidad en las políticas de gobierno para el desarrollo de los procesos. • Formular estrategias y planes de emergencia para solventar épocas de clima adverso que impactan sobre los PIT's, sus insumos y la actividad turística en general. • Generación de políticas de ordenamiento del territorio (Estética y presentación del territorio). • Mejorar la seguridad ciudadana. • Mejorar vías de acceso y circulación.

De otro lado, los especialistas en agroturismo del IILA, presentaron un listado de acciones prioritarias que pueden ser implementadas de manera inmediata por la comunidad para dar inicio a la dinamización del agroturismo. A continuación se detallan las recomendaciones:

Tabla 12.4. Acciones prioritarias de implementación inmediata

ACCIONES PRIORITARIAS DE IMPLEMENTACIÓN INMEDIATA		
1.	Desarrollo paquetes y circuitos turísticos	***Circuito gastronómico:*** *Actores claves*: SENA (Escuela Gastronomía del Surcolombiano), Restaurantes, tour operadoras, Hoteles y Alcaldía. *Actividades*: Organización de una mesa redonda, especialmente Chef Carlos Mario del SENA, la Directora de Turismo Ángela Restrepo y tour operadoras para la organización de cursos gastronómicos de fin de semana, incluyendo excursión a las plantas, frutos, verduras, utilizadas para la gastronomía, etc. Los cursos se pueden vender a turistas ya en el territorio (durante la Navidad) gracias a la colaboración de los hoteles y restaurantes. ***Circuito del café:*** *Actores clave*: Asociación cafeteros, fincas, SENA (Escuela gastronomía y planta de producción de café), tour operadoras, artesanos, guías turísticos, restaurantes, hoteles y Alcaldía. *Actividades*: Organización de una mesa redonda, especialmente con el SENA (Proyecto de Turismo) y tour operadoras para la organización de un recorrido del café, incluyendo la visita a la planta de producción del café, visita a la finca cafetera y artesanos locales. Acuerdo con SENA (Chef Mario) y hoteles y restaurantes para preparar platos a base de café. Acuerdo con artesanos para incluirlos en el recorrido (los artesanos ofrecen artesanía relacionada a la tradición del café, y explican la tradición de los productos artesanales ligado a la tradición del café). Los recorridos se pueden vender a turistas ya en el territorio (durante la Navidad) gracias a la colaboración de los hoteles y restaurantes.
2.	Fortalecimiento de capacidades	*Actores clave*: Alcaldías, Universidades, Gremios, SENA. *Actividades*: realización de un "**acuerdo interinstitucional**" para la creación de los currículos para nuevos cursos de capacitación que las universidades pueden realizar en el respecto de las necesidades del mercado laboral local.
3.	Políticas de desarrollo	*Actores clave*: todas las Alcaldías del área del proyecto con la Alcaldía de San Agustín (principal atractivo turístico). *Actividades*: Definición de un "**compromiso interinstitucional**" para la organización de una mesa de trabajo entre la Alcaldía de San Agustín y los actores públicos y privados de las otras alcaldías, con el fin de identificar y desarrollar nuevos servicios turísticos que puedan ser integrados en la oferta turística actual de San Agustín.
4.	Organización del sistema de mediación estadística	*Actores clave*: Alcaldías, otras instituciones (parques, centros arqueológicos, etc.), Policía turística, Hoteles. *Actividades*: Definición de un "**acuerdo**" para la recopilación de los flujos turísticos en el territorio. Identificación del tipo de información y datos estadísticos (parámetros) a

		recoger con los hoteles y otros lugares turísticos (museos, parques arqueológicos, etc.). Policía turística actúa como controlador.
5.	Políticas preventivas	*Actores clave*: Alcaldías, Policía turística, fincas, hoteles y tour operadoras. *Actividades*: Organización de una mesa de trabajo entre todos los actores clave para la definición de una estrategia preventiva de acción que pueda desfavorecer el consumo de drogas por parte de los turistas.
6.	Fortalecimiento institucional	*Actores clave*: Alcaldías, Universidades de turismo. *Actividades*: Realización de un acuerdo interinstitucional para la creación de una red de oficinas de turismo entre todas las alcaldías del territorio del proyecto. Firma de un compromiso con las universidades (facultades de turismo) para la organización de pasantías de estudiantes en las oficinas turísticas / centro de atención e información al turista para reducir los gastos administrativos de dichos centros.