

Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Especialización en Gerencia y Gestión Cultural
Bogotá D.C. 2017



Universidad del Rosario

Pazyfinca
“Somos autores de nuestro destino”

Raúl Niño Bernal
Tutor

Presentado por:
Melisa Cáceres
Pedro Carranza Córdoba
Julián López

Contenido

Introducción

1. Resumen ejecutivo	6
2. Descripción del proyecto	7
3. Justificación	7
4. Planteamiento del problema	9
4.1. Diagnóstico	9
4.2. Árbol de problemas	11
5. Antecedentes	12
6. Objetivos	15
6.1 Objetivo general	15
6.2. Objetivos específicos	15
7. Interconexiones teóricas	16
8. Metodología	21
9. Modelo de gestión	24
10. Marco jurídico e institucional	49
10.1. Marco Institucional	49
10.1.1. Política de Turismo Cultural	50
10.1.2. Plan sectorial de Turismo 2014 – 2018	51
10.1.3. Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera	51
10.1.4. Lineamientos de política	52
10.2. Marco Jurídico	53
10.2.1. Ley General de Turismo	53
11. Cronograma	57
12. Presupuesto	57
13. Indicadores	63

14. Consideraciones de Cierre	65
15. Bibliografía	67
15.1.1. Webgrafía	68
16. Anexos	69
16.1. Anexo 1: Design Thinking.	69
16.2. Anexo 2: Modelo Tuckman.	70
16.3. Anexo 3: Actividades – Carnaval de Sensibilización.	71
16.4. Anexo 4: Base para liquidar contribución parafiscal.	72

Introducción

Este documento es el resultado de un año de trabajo, investigación y aprendizajes. Al interior de este texto, más allá de presentar los valiosos conocimientos adquiridos durante la especialización en gerencia y gestión cultural, queremos presentar un proyecto construido desde los sueños y el corazón: desde la intención de querer transformar una realidad cultural, social y económica, de un país que está listo para escribir un nuevo capítulo en su historia.

Pazyfinca es un proyecto de gestión cultural que inspira su nombre en el anhelo de muchos colombianos por reconocer el campo como un territorio de paz, un lugar donde las fincas son sembradas con una nueva esperanza y con proyectos que les permita a los campesinos alcanzar una subsistencia digna y equitativa. Sin embargo, creemos que estos cambios son posibles de alcanzar desde el esfuerzo que cada persona invierte en transformar su realidad: “Somos autores de nuestro destino”.

Para hacer este proyecto posible, presentamos nuestro modelo de gestión en torno a la construcción de una red de emprendimientos comunitarios, fortalecidos desde el turismo como fuente de ingresos. Sin embargo, el componente central de esta iniciativa, es propiciar escenarios de capacitación para las familias campesinas en prácticas innovadoras de cuidado y conservación del ambiente. Reconocemos la particularidad de cada territorio y las posibilidades creativas que los ecosistemas nos ofrecen, para vivir en un estado de armonía y cooperación entre especies.

Pazyfinca, más allá de ser un proyecto turístico, es una puesta cultural por la transformación de una economía que genera desigualdad y pobreza, potencia prácticas antiéticas con el medio ambiente y que ponen en riesgo nuestra propia subsistencia: proponemos dejar de lado la cultura de producir desechos, por la cultura de generar oportunidades.

Agradecemos especialmente a nuestras familias por ser un apoyo incondicional. A nuestro tutor, Raúl Niño, por sus significantes aportes en la construcción de nuestras ideas. A la comunidad de la vereda Guayabal, particularmente a Doña Vera, quien nos inspira a hacer realidad este proyecto. Y finalmente a la naturaleza, que desde sus procesos orgánicos, nos enseña lo erráticos que caminamos como humanidad, pero lo mucho que podemos transformar, cuando aprendemos a observar.

1. Resumen ejecutivo

Título	Pazyfinca Somos autores de nuestro destino. Emprendimiento rural comunitario azul.
Proponentes	Melisa Cáceres, Pedro Carranza, Julián López
Descripción del proyecto	Implementando nuevas tecnologías y basados en modelos de trabajo en equipo y desarrollo simbiótico con el ambiente, ofrecemos una alternativa económica para el desarrollo social de los campesinos colombianos. Así, creamos una red de emprendimiento comunitario, puesta en el mercado como paquete turístico rural, la cual atiende de forma sinérgica las necesidades vividas en nuestro campo. La implementación de nuestro proyecto tiene una duración pronosticada de un (1) año.
Objetivo	Generar una red de emprendimiento comunitario, turístico y sostenible, basada en las prácticas y expresiones culturales de la Vereda Guayabal, en La Mesa Cundinamarca.
Contexto geográfico	La Mesa, Cundinamarca. Vereda Guayabal.
Beneficiarios directos e indirectos	Directos: Comunidad campesina, habitantes de la vereda Guayabal. Aprox. 600 personas. Organizaciones privadas: Ecoparque Makute y Wuaira s.a.s. Indirectos: Ministerio de Cultura. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Alcaldía Municipal de La Mesa. Gobernación de Cundinamarca.
Costo total	Seiscientos cincuenta y tres millones doscientos sesenta y ocho mil pesos (\$ 653.268.000 pesos)

2. Descripción del proyecto

Nuestra misión es construir una red de emprendimiento comunitario que aúne los esfuerzos de miles de campesinos colombianos, quienes durante décadas se han visto afectados por el paulatino empobrecimiento del sector rural y por la violencia sistemática experimentada a lo largo y ancho del país.

Nuestro proyecto tiene la visión de formar una red local, cuyos patrones y atractores, sirvan de ejemplo para configurar una red nacional que conecte los muchos lugares del país afectados por la guerra, pero listos para ser descubiertos como importantes destinos turísticos. Así, implementamos nuestra primera iteración en el municipio de La Mesa, Cundinamarca. La vereda Guayabal, lugar donde hemos desarrollado actividades junto a varios líderes sociales, es el primer escenario de nuestro proyecto; Un ejemplo de los miles de territorios donde la falta de oportunidades se traduce en pobreza y desigualdad, factores que generan aún más ruptura en nuestro tejido social y nos impiden alcanzar niveles de desarrollo justos.

3. Justificación

Nuestros emprendimientos comunitarios, organizados a partir de las posibilidades brindadas por el turismo y el reconocimiento de las particularidades propias del territorio, son gestionados desde el trabajo cooperativo y la organización en red, empoderando a cada persona a hacer de sus tradiciones, oficios, cultura o estrategias de conservación ambiental, las nuevas vías que aseguren una subsistencia digna y justa en el campo.

Proponemos nuestra intervención en el territorio, a partir de la implementación del dispositivo cultural del carnaval, el cual representa el entusiasmo y la cordialidad, valores claves en Pazyfinca. Reconocemos que en las fiestas patronales, de cada rincón del país, la

comunidad se une por un propósito y se dan procesos colectivos exitosos, rompiendo tensiones y evocando la alegría característica de los colombianos. Sin embargo, somos conscientes de que estos eventos están acompañados por un elevado consumo de alcohol, elemento excluido de nuestra experiencia dado que lo consideramos como negativo pues confundiría la intención de los carnavales de emprendimiento y la motivación de los participantes puede ser alentada por la emoción del momento pero abandonada a posteridad.

Por otra parte, las actividades de nuestros carnavales de emprendimiento comunitario, así como los demás procesos de formación implementados por Pazyfinca, serán guiados desde la gamificación, actividades lúdico - pedagógicas diseñadas para que las personas desarrollen sus capacidades a través del juego.

Nuestro propósito es estimular la implementación de la economía azul, propuesta por Gunter Pauli; este modelo estimula la creación de iniciativas empresariales desde la innovación y la simbiosis con el ambiente, un mayor reconocimiento de la naturaleza como generadora de productividad, gracias a sus procesos cíclicos en donde todos los elementos se reutilizan.

Cada participante de nuestros talleres de emprendimiento comunitario, según sus aptitudes y cualidades, podrá liderar su emprendimiento o emplearse dentro de otras iniciativas constituidas. Niños, niñas, adolescentes, adultos y adultos mayores pueden participar, porque los grandes cambios sociales deben ser gestados desde edades tempranas, brindando a todos la posibilidad de acceder a oportunidades que dignifiquen su existencia.

La implementación del Acuerdo de Paz, es un momento estratégico para apoyar los esfuerzos de un país que busca reconstruir su tejido social. Nuestra apuesta por conformar una red de emprendimiento comunitario, turístico y sostenible, es pertinente y plausible, en nuestras comunidades campesinas, indígenas, afro-descendientes, palenqueras, ROM o

raizales. Proponemos un proyecto innovador el cual aporte al desarrollo social y económico de Colombia, construyendo un panorama más inclusivo y protector del campo colombiano, desde la dignificación de sus habitantes, con sus prácticas y expresiones culturales.

4. Planteamiento del problema cultural

En el entorno de la vereda Guayabal, detectamos que la desigualdad económica de sus habitantes genera ruptura social y prácticas desleales que niegan la posibilidad de generar alianzas cooperativas y emprendimientos sostenibles. Derivado a este factor, los miembros de la comunidad manifiestan su preocupación frente al aumento de la inseguridad, el mal uso del tiempo libre por parte de los jóvenes, el olvido por parte del Estado a los campesinos, la migración hacia la ciudad y la llegada de nuevas personas a la vereda.

4.1 Diagnostico

A partir de los primeros acercamientos con líderes comunitarios y habitantes de la vereda, como parte de la primera fase de implementación del proyecto, les hicimos la siguiente pregunta, en entrevistas individuales y semi-estructuradas: ¿Establecería alianzas con sus vecinos, para trabajar juntos en un emprendimiento comunitario que atraiga el turismo y permita a la comunidad producir sus propios ingresos?

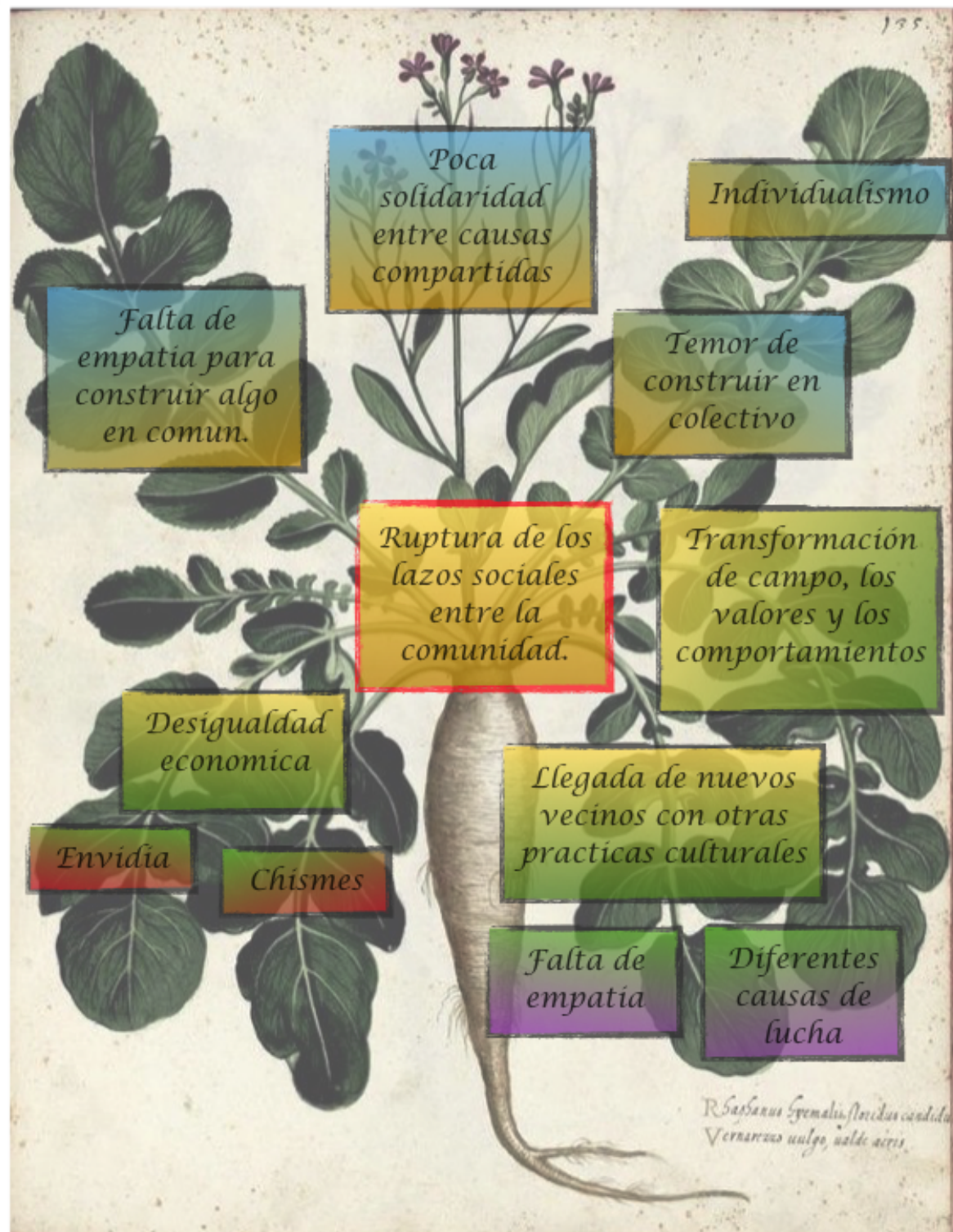
Doña Carmen, vecina de la vereda y dueña de una tienda sobre la vía principal “Bogotá- La Mesa”, nos responde: “vea, acá la gente es muy desunida, pues está la cortesía, los buenos días, buenas tardes, “qué más vecina”, pero hasta ahí, uno no sabe bien quién es quién, eso no es como era antes que uno se conocía. Entonces, para meterse en eso yo no sé. Acá hay mucha envidia, muy pendientes de quien está haciendo qué, qué cómo lo hizo, qué quién sabe de dónde sacó la plata, mucho chisme que daña el ambiente” (entrevista realizada a Doña Carmen, el 24 de agosto de 2017).

“Si hablamos de la gente, aquí es un poco apática, pero porque no saben del proceso, seguro al darles información y mostrarles que sí se puede, van a estar más dispuestos a participar. Ellos creen que por ser campesinos, no tienen un buen nivel educativo, entonces tienen sus miedos y sus apatías, pero son personas que les gusta lo nuevo y algo que tenga que ver con la parte ambiental seguro les gusta. Son personas sencillas, honestas y siempre han trabajado la tierra, entonces sólo es mostrarles una metodología fácil y enseñarles que hay que prepararse para los cambios climáticos y las épocas de invierno, para que no sufran tanto.” (Entrevista realizada a Nubia Romero, Secretaria de la JAC, el 24 de agosto de 2017).

Doña Vera, líder comunitaria considera lo complejo del trabajo colectivo: “Yo tendré 80 y aún tengo todas las ganas de trabajar, pero acá la gente no es buena para trabajar unida, eso está chévere esa idea y tener algo para todos, pero cada quien en su casita mejor, juntos pero por aparte. Veá, con las mujeres empezamos todas juntas, como 15 trabajando entre todas con lo que cada una hacía, y al final terminamos dos. Entre las envidias, porque una hacía más plata que la otra, era muy difícil. Si la gente dejara el chismerío y el estar mirando que tiene el otro que yo no tengo, tal vez sería mejor para todos” (Entrevista realizada el 8 de noviembre de 2017)

Seleccionamos estas entrevistas, porque permiten entrever los factores que consideramos son el problema cultural al cual nuestro proyecto debe responder, presentando una propuesta sólida y financiada, donde se sienta el respaldo del Estado y se generen actitudes reparadoras vínculos cooperativos y motiven empatía alrededor del proyecto.

4.2 Árbol de problemas



5. Antecedentes

Es interesante ver cómo el turismo comunitario y el desarrollo de prácticas solidarias se empiezan a tejer, a lo largo y ancho del territorio nacional. Así, elegimos tres proyectos que han impactado y transformado las comunidades donde suceden, inspirando y enseñando con su experiencia.

La corporación “Mano Cambiada” fundada en Nuquí, Chocó, desde el 2006, encontró la forma más adecuada para desarrollar el ecoturismo, teniendo a la comunidad como eje central de su dinámica. “Josefina Klinger fundó esta corporación sin ánimo de lucro, promoviendo el desarrollo social e integral de los habitantes del pacífico” (Mano cambiada, 2017).

En este caso, la corporación transforma a la comunidad, mejorando sus condiciones de vida y empoderando a las personas de su territorio. Educa en conservación del ambiente, forma líderes sociales positivos y visibiliza cambios positivos, dejando de lado el lastre de experiencias negativas y potenciando el turismo como un sistema integrador, desarrollador de la economía local.

Hoy, “Mano Cambiada” es todo un ejemplo a seguir, pues apoya con su metodología a otras comunidades interesadas en replicar este modelo, desde la singularidad de cada territorio. Josefina Klinger, reconocida por ser la fundadora de esta exitosa experiencia, ha sido invitada en dos ocasiones a compartir su modelo de gestión con el mundo entero, a través de las conferencias TEDxBogotá.

Por otra parte, encontramos “Agrosolidaria, un proceso autogestionado de organización comunitaria, orientado a construir una Comunidad Económica Solidaria de los renglones Agroalimentario, Artesanal y del Turismo Sostenible” (Agrosolidaria, 2015). Esta cooperativa cuenta con más de 20 años, incentivando y formando a campesinos con

fundamentos teóricos del mutualismo, comercio justo, escuelas agroecológicas, finanzas comunitarias y turismo rural. Su idiosincrasia es fomentar y potenciar todas las formas de organización basadas en la cooperación como único medio para lograr grandes metas y transformaciones sociales.

Agrosolidaria, en 1994, organizado como la “Asociación para el Desarrollo Sostenible SEMILLAS”, inició el proceso de validación del programa de socioeconomía solidaria “Venga esa mano paisano/a”: conformación de Grupos Asociativos de Microcrédito que dan origen a los Fondos Comunes de Microcrédito (Agrosolidaria, 2015). Este proceso fortalece la confianza, la cooperación y la solidaridad a partir de fondos rotatorios autogestionados por los/as asociados/as, con recursos monetarios provenientes de fuentes productivas, socioculturales y donaciones.

Ya contando con algunos Grupos Asociativos conformados, se vio necesario crear una forma organizativa integradora. Fue así como se consideró pertinente constituir la Federación de Prosumidores Agroecológicos. AGROSOLIDARIA, como un organismo articulador de los Grupos asociativos a través de Seccionales Municipales. Se consideró conveniente reconocernos como PROSUMIDORES (Productores y Consumidores) ya que todo/a ciudadano/a, visto desde la dimensión económica, finalmente tiene esta doble condición (Agrosolidaria, 2015).

Este proceso representa un nuevo orden económico que eleva los ingresos del sector rural en Colombia y brinda oportunidades financieras, buscando mitigar los círculos de pobreza evidentes en estas comunidades, además, es un claro ejemplo de que el trabajo comunitario precedido por transacciones económicas sí es posible de llevar a cabo sin generar ruptura entre los participantes. En la actualidad, se encuentra organizada por federaciones, redes de productores agrícolas, distribuidos en Boyacá, Caquetá, El tambo-Cauca, Nariño, Risaralda y Putumayo; y seccionales en la Guajira, Cundinamarca, Santander, Sucre y Tolima.

Ubicamos otro caso interesante en Bogotá, en las localidades de Usme y Ciudad Bolívar, zonas con importantes zonas rurales en donde campesinos afectados por la violencia y el desplazamiento forzado, encontraron un lugar de transición entre sus prácticas económicas rurales y sus procesos de inserción en la ciudad.

Este caso es documentado por Doria Burgos, una estudiante de la Maestría en Desarrollo Sostenible de la Universidad Nacional de Manizales, quien analiza las ventajas que ofrecen el agroturismo y el turismo comunitario como medios para empoderar comunidades y ofrecerles alternativas de trabajo institucionalizado. Además, apoya a los miembros de la comunidad, disminuyendo los índices de desempleo, inseguridad, segregación, vandalismo y delincuencia común, fenómenos presentes entre los jóvenes de la zona.

La comunidad campesina, habitante de estos territorios, encontró la forma de desarrollar el turismo, a partir de recorridos por senderos interpretativos y el reconocimiento científico de su diversidad hídrica, así como de su flora y fauna. En las distintas parcelas campesinas, se enseña a los visitantes sobre el cultivo de los productos y la gastronomía propia de la región. Además, como atractivo cultural, ofrecen visitas guiadas al cementerio muisca y a las festividades de San Pedrito (Burgos, 2016). Estas iniciativas son apoyadas por el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, en la elaboración de proyectos autosostenibles que permiten la generación de ingresos adicionales dentro de sus economías, sin embargo, los campesinos exigen mayor intervención por parte del Estado para promover mayor y mejor oferta de empleo.

Es importante resaltar los resultados de esta forma de turismo en los distintos países de Latinoamérica donde se viene gestionando. Burgos, en primer lugar, señala las experiencias positivas, reconociendo el indudable aporte, en relación a la cercanía de las comunidades gestoras con los gobiernos y la academia. Estas instituciones apoyan con recursos financieros, capacitaciones y acompañamientos, permitiendo generar mayor conciencia acerca de la vitalidad de cuidar el territorio y la posibilidad de generar emprendimientos,

desde líneas de crédito especiales (Burgos, 2016). Sin embargo, “es necesario promover la creación de grupos comunitarios, empresas y agencias de viajes, con el propósito de vincularlos en la actividad y de esta manera desarrollar de manera sostenible el turismo; permitiendo la articulación entre quienes promocionan, quienes venden y quienes se encargan de direccionar la actividad en el territorio (Combariza y Aranda, 2009, tomado de Burgos, 2016).

La firma del Acuerdo de Paz aumentó el arribo de turistas nacionales e internacionales a nuestros destinos. Como estos tres ejemplos, existen más iniciativas exitosas operando en Colombia, y con apoyo financiero estatal, otorgado a través de convocatorias del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o de Procolombia, están en marcha estrategias gubernamentales para transformar al turismo en una de las locomotoras de nuestra economía, ofreciendo así una visión global para alcanzar el desarrollo social.

6. Objetivos

6.1. Objetivo General

Generar una red de emprendimiento comunitario, turístico y sostenible, basada en las prácticas y expresiones culturales de la Vereda Guayabal, en La Mesa Cundinamarca.

6.2 Objetivos Específicos

- Sensibilizar a los participantes acerca de la importancia de organizarse como una comunidad de práctica, a partir de carnavales de emprendimiento comunitario.
- Apoyar procesos de capacitación en turismo comunitario, junto con los entes encargados, a través de actividades gamificadas.
- Propiciar la sostenibilidad de la red, a través de una plataforma digital de acompañamiento y seguimiento a los compromisos acordados.

7. Interconexiones teóricas

La reflexión en torno a la construcción de una red de emprendimientos comunitarios que pueda crecer y alimentarse de la diversidad geográfica y cultural de nuestro país, nos ha llevado a construir un marco conceptual tejido alrededor de autores como Gunter Pauli (2011), Arturo Escobar (2010), Amartya Sen (2000), Frijtof Capra (2006) y Nicholas Georgescu-Roegen (1971).

Consideramos que el desarrollo económico de un país debe basarse en la posibilidad que cada persona, dentro del gran conjunto social, posee para alcanzar sus metas y deseos, reconociendo aquí los postulados del economista Amartya Sen, quien define el desarrollo como “un proceso integrado de expansión de libertades” (Sen, 2000, p.26). En este sentido, el desarrollo significa la libertad de ejercer derechos fundamentales como la participación económica, política y social, es decir, tener derecho a una vida digna, con salud, educación, vivienda, alimento y libertad de culto. Esta libertad, dentro de nuestro proyecto, significa encontrar de la mano de los habitantes de la vereda Guayabal, los medios y la información para hacer de sus prácticas y expresiones culturales una oportunidad real de acceder a mejores condiciones de vida en el campo colombiano, considerando la negación sistemática de esta libertad económica y social, producto del conflicto armado y de la ausencia de Estado.

La organización en red, como modelo de gestión, nos permite empoderar a las comunidades para que, a través de diversos procesos pedagógicos, resignifiquen su territorio a partir de sus singularidades, encontrando modos de producción desde su cultura. Así, descubrimos una ecuación fundamental entre desarrollo, cultura y economía, abordando los argumentos de Enrique Iglesias (1997), retomados por Bernardo Kliksberg:

Hay múltiples aspectos en la cultura de cada pueblo que pueden favorecer a su desarrollo económico y social, es preciso descubrirlos, potenciarlos, y apoyarse en ellos, y hacerlo con seriedad significa replantear la agenda del desarrollo de una manera que a la postre resulte más eficaz, porque tomará en cuenta potencialidades de la realidad propias de su esencia y,

que hasta ahora, han sido generalmente ignoradas. (Iglesias, E. 1997, tomado de Kliksberg, B. 2006)

Estos nuevos medios de producción deben responder a la conservación del ambiente, proponiendo la simbiosis como estrategia de asociación entre las personas y los ecosistemas: especies diferentes que pueden beneficiarse mutuamente en su desarrollo vital (RAE, 2017); en este sentido Georgescu Roegen nos recuerda que “somos una de las especies biológicas de este planeta, y como tal estamos sometidos a todas las leyes que gobiernan la existencia de la vida terrestre” (1971), la economía debe ser una rama de la biología.

Cuando reconocimos que el problema cultural al cual nos enfrentamos en la vereda Guayabal es la ruptura de los vínculos comunitarios, lazos entendidos como la fraternidad, la empatía, la compasión, la solidaridad y la búsqueda de un propósito común, vemos el gran reto es construir comunidad: “Las organizaciones son comunidades de personas que interaccionan para establecer relaciones, apoyarse mutuamente y dar sentido a sus actividades cotidianas a nivel personal” (Capra, 2006. Pp. 136). Si cada individuo encuentra una intención para trabajar, y que a su vez representa la expresión del bienestar de la vereda, generará prácticas de trabajo colectivas y nos encontraremos frente a una *comunidad de práctica*:

A medida que los individuos se empeñan a lo largo del tiempo en una empresa común’, explica Wenger, ‘van desarrollando una práctica común, es decir, formas de hacer las cosas y de relacionarse compartidas, que les permiten alcanzar el objetivo común deseado. Con el paso del tiempo, esta práctica común resultante acaba convirtiéndose en un vínculo reconocible entre los implicados.’(Wenger, 1996, tomado de Capra, 2006. Pp. 146)

Una de nuestras propuestas diferenciadoras es apoyar los procesos de autogestión organizados en comunidad, a partir del trabajo en red. Desde los postulados de Arturo Escobar (2010) reflexionamos sobre este modelo de gestión como un sistema de auto-organización inteligente el cual emerge de formas de cooperación simples y va aumentando

su complejidad en la medida en que se va desarrollando y expandiendo. La red permite a la comunidad empoderarse y definir sus normas de interacción.

Varios de sus componentes hacen de las redes sistemas interesantes, son nuevos instrumentos de organización social y de producción de conocimiento para las comunidades; por una parte, eliminan las jerarquías hegemónicas al plantear relaciones de horizontalidad, por otra, se nutren de la diversidad cultural, contrario a la homogeneización propuesta por un mundo cada vez más globalizado y consumista.

“Esta nueva economía del conocimiento podría estar al servicio de una humanidad emergente de cooperación, pluralismo (singularidad) y aprendizaje colectivo” (Escobar, 2010). Nuestra propuesta busca empoderar a las comunidades frente a su “saber-hacer”, logrando la conformación de una red donde cada persona aporta en energía desde su creatividad, empeño, prácticas, oficios, cultura, territorio y sus ganas de emprender y crecer en pro de algo más grande: una comunidad sostenida sobre la autonomía y gobernanza de su tierra.

Cuanto mayor es el número de personas trabajando al interior de la red, mayor es la complejidad producida por su consistencia orgánica, la cual responde con creatividad ante la incertidumbre. Así, la comunidad aprende a responder a sus necesidades y a los cambios que implica la evolución de la organización, siempre y cuando las *prácticas en común* prevalezcan en la adversidad (Capra, 2006. Pp. 148).

Cooperando con las comunidades campesinas, a través de la implementación de nuevas estrategias que apoyen sus procesos productivos, motivamos la conformación de la red y de su contenido.

La sociedad no es una entidad inmutable sino que evoluciona continuamente en formas infinitas que difieren tanto en el tiempo como en el espacio. Por consiguiente, es normal que todo gran economista haya tenido que llenar sus cajas analíticas con un contenido institucional inspirado en los modelos culturales de la

sociedad que mejor conocía: aquella en la que vivía (Georgescu Roegen, 1974. Pp. 400).

Las características ambientales, culturales y políticas de nuestro presente, nos llevan a reflexionar sobre la necesidad de re-educarnos en nuestras prácticas y costumbres más íntimas, frente a la forma de convivir junto a las demás especies del planeta, empezando por nuestra imprudente apropiación del “medio” ambiente como entorno que podemos fagocitar sin medir que sus recursos son finitos. Así, analizamos que a pesar de que los campesinos son la población que por prácticas ancestrales mayor reconocimiento cultural posee sobre los ciclos de la tierra, muchas de sus prácticas agrícolas deben reajustarse, dadas las catastróficas condiciones ambientales, ocasionadas hoy por el cambio climático.

Nuestra estrategia para materializar la inclusión y el desarrollo social y sostenible en Colombia, nos lleva a identificarnos con la propuesta económica de Gunter Pauli, la Economía Azul. Esta forma de abordar los procesos productivos humanos se basa en diversos principios, los cuales tienen la intención de generar un cambio paulatino y definitivo en la economía global. La Economía Azul surge como una gran alternativa para generar un modelo de desarrollo sostenible, inspirado en las formas simbióticas de actuar del planeta.

En su libro, “La economía azul 10 años, 100 innovaciones, 1000 millones de empleos”, Gunter Pauli (2010) presenta una serie de preceptos bajo los cuales se construyen empresas inteligentes y conscientes, capaces de producir mayores oportunidades, disminuyendo al máximo los impactos negativos al ambiente. Por lo tanto, proponemos dar a conocer en el campo colombiano este modelo económico y cultural, basando los emprendimientos comunitarios en este esquema de pensamiento.

Si cambiamos “algo” por “nada”, los recursos se utilizarían sólo de ser indispensables para la producción: en la naturaleza los nutrientes, materiales y energía siempre se reutilizan. La Economía Azul nos advierte sobre cómo desperdiciamos enormes cantidades de recursos

creando objetos innecesarios. Si reconociéramos las leyes de la naturaleza, para aprovecharlas como fuentes de energía orgánicas y renovables, la basura no existiría pues cada “producto lateral” sería la base para uno nuevo.

La naturaleza evolucionó desde pocas especies hacia una rica biodiversidad: riqueza significa diversidad y las normas industriales son lo contrario. Los empresarios que hacen más de menos son como la fuerza de gravedad, la cual debe ser la fuente principal de energía, usando como segundo recurso renovable la energía solar. Debemos volver al agua nuestro soluble principal, en vez de catalizadores complejos, químicos y tóxicos, es clave comprender que la naturaleza está sometida al cambio y allí las innovaciones son múltiples y constantes (Pauli, 2010).

En la Economía Azul, las soluciones se basan en las leyes de la física, por lo tanto los factores decisivos son la presión y la temperatura, tal y como se encuentran en el territorio. Este segundo postulado nos lleva de forma directa a apreciar las características singulares de la vereda Guayabal, por eso, nuestra primera fase exploratoria, inicia por reconocer la particularidad geográfica, cultural y ambiental del territorio como instrumento que nos permite diseñar las actividades gamificadas de nuestros carnavales de emprendimiento comunitario. Estas actividades abordan la creación de cultivos orgánicos, invernaderos de desechos productores de energía, sembraderos de agua dulce, entre otras actividades que aportan a la preservación de los ecosistemas y son fuente de trabajo.

Creemos en la necesidad de generar conciencia respecto a los procesos de producción y los hábitos de consumo, donde se reemplazan y desechan inmensas cantidades de energía y recursos no renovables. Debemos aprender a reconocer la simbiosis de nuestro planeta, donde ecosistemas y leyes físicas generan la energía suficiente para la producción:

Cualquier producción necesita transformar una energía accesible en calor, y el proceso es irreversible. Es decir, la energía utilizada ya no puede servir. Extraemos, utilizamos, desechamos... y regresamos al inicio del ciclo, con la diferencia de que el nivel de energía disponible disminuyó (Georgescu Roegen, 1974).

Esta lógica azul, permite la disminución de los precios al consumidor y alcanzar siempre lo mejor para los involucrados. En la naturaleza, las desventajas se convierten en ventajas y

los problemas son oportunidades (Pauli, 2011). Así, respondemos a las necesidades fundamentales humanas, a partir del desarrollo de innovaciones inspiradas en la naturaleza, creadoras de múltiples beneficios, como la generación de trabajo y capital social, dejamos de lado la cultura de producir desechos, y caminamos hacia una llena de oportunidades sostenibles.

8. Metodología

Analizando desde la metodología holística, somos miembros de un sistema dinámico e interrelacionado. Surgimos como respuesta a una necesidad integradora de enfoques, técnicas y métodos entre las diversas disciplinas del conocimiento humano.

Una de las claves de la investigación holística está en que se centra en los objetivos como logros sucesivos de un proceso continuo, más que como un resultado final. (Hurtado de Barrera, 1998. pp. 84)

Como investigadores holísticos, implementamos técnicas de investigación etnográfica, cuantitativa y cualitativa, para que cada evento refleje las dimensiones de su totalidad. Nuestro enfoque propone compartir saberes de las ciencias sociales y humanas, con los de las ciencias físicas y naturales, potenciando múltiples miradas de la realidad y generando una concepción más completa de un mundo conformado por varios planos de análisis. La interdisciplinariedad es hoy una exigencia, más posturas enriquecen y clarifican el estudio de la singularidad en cada elemento del territorio, así como de los demás actantes de nuestra iniciativa.

“Dentro de la comprensión holística, se considera investigación no sólo aquella orientada hacia el descubrimiento de leyes universales, sino todo tipo de indagación que conduzca al conocimiento y comprensión de situaciones particulares”. (Hurtado de Barrera, 2010. pp. 86). Esta manera de investigar el mundo requiere cumplir con los siguientes parámetros en su implementación:

“Claridad: es importante que las orientaciones relacionadas con las líneas de investigación sean explícitas, estén definidas y se conozcan los proyectos que se están desarrollando en cada una, así como los que ya han sido desarrollados.

Vinculación: permite superar la fragmentación de las líneas de investigación.

Pertinencia: las líneas de investigación deben estar concebidas de manera que generen soluciones viables a los problemas sociales.

Continuidad: la posibilidad de que los proyectos que se inician en un momento dado sean continuados en otros niveles de conocimiento.

Rigurosidad: precisión metodológica, originalidad, profundidad, instrumentos válidos y confiables; y que se trabaje con idoneidad en las técnicas y los procedimientos.

Sustentación: poseer un corpus conceptual y teórico plasmado en escritos, documentos y publicaciones que se vaya nutriendo de las investigaciones.

Flexibilidad: deben ser flexibles lo cual se manifiesta en su apertura para generar nuevas investigaciones, admitir nuevas líneas e incorporar temáticas diversas.

Productividad: Se refiere a la cantidad y variedad de resultados obtenidos por las líneas, así como a la forma en la cual las líneas de investigación generan productos o soluciones pertinentes a problemas relevantes en su entorno.” (Hurtado de Barrera, 2010, Pp. 145)

Con Pazyfinca cumplimos paso a paso los lineamientos de la metodología holística, pues definimos con claridad nuestro lineamientos de acción, vinculamos diferentes técnicas y actores para enriquecer la investigación, abordamos situaciones reales que requieren soluciones, pretendemos la continuidad de la iniciativa a través de la inclusión de instrumentos válidos y confiables, sustentamos nuestra actividad desde la academia, nos

adaptamos a diversas circunstancias y promovemos la generación de productos que atiendan problemas relevantes del entorno del campo colombiano.

Sumamos a nuestro proyecto dos métodos de trabajo en equipo: Design Thinking o Pensamiento de Diseño, y el modelo Tuckman para el desarrollo de equipos, ambas son herramientas precisas para la consolidación de grupos de trabajo unidos para la co-creación de nuevos productos y servicios. Nuestro proyecto implementará ambas metodologías de manera simultánea en los procesos de sensibilización y capacitación. Realizamos esta integración porque Pensamiento de Diseño es una metodología práctica que parte de un proceso exploratorio de una situación real para comprender las verdaderas necesidades, deseos y comportamientos de las personas, centrándose al final en el desarrollo colectivo de un diseño innovador, mientras el modelo Tuckman de desarrollo de equipos se enfoca más en el fortalecimiento de los vínculos relacionales en beneficio de la consecución de una misión en común.

¿Cómo poner en práctica un taller de co-creación? En una sesión de trabajo creativo y colaborativo donde los integrantes son fomentados a interactuar en la generación de ideas. Se promueven actividades dinámicas de corta duración, organizadas en pequeños grupos, alternando las presentaciones de las ideas generadas con pausas para comer y beber. El marco inicial de las sesiones suele ser una tarea rápida y sencilla, no necesariamente relacionada al proyecto, para romper el hielo y la timidez entre los participantes que, muchas veces, se reúnen por primera vez. Como cada proyecto tiene una naturaleza y necesidades intrínsecas, corresponde a los organizadores pensar en actividades que alienten y propicien un trabajo colaborativo. (Vianna, Vianna, Adler, Russo. 2016. Pp. 105) (Ver anexo 1)

10. Marco jurídico e institucional

Ahondando en las herramientas con las cuales llevaremos a cabo nuestro proyecto, utilizamos el siguiente marco jurídico e institucional, denotando elementos a favor de nuestro propósito. El Estado colombiano ha puesto a nuestra disposición argumentos legales para sustentar nuestro postulado sobre la construcción de una red de emprendimientos comunitarios, como manifestación cultural y fundamento de nuestra nacionalidad¹. Además de ello, dentro del Acuerdo Final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera², se incentiva la transformación estructural del campo, dándonos vía libre para ser parte del cambio por medio de los emprendimientos que puedan surgir en zonas rurales colombianas.

10.1. Marco Institucional

Pazyfinca será una vía de acción directa por parte de la comunidad donde los haremos partícipes de su propio desarrollo. En la vereda Guayabal, motivaremos la creación de una red de emprendimiento rural comunitario que promueva una mejor calidad de vida, por medio de la acción colectiva, planteada sobre la posibilidad de reconocer -por parte de sus habitantes- la existencia de la multiculturalidad en su misma sociedad, propiciando un desarrollo autónomo (García Canclini, 1987). Con base en ello, damos fundamento al proyecto de emprendimiento turístico rural comunitario “Pazyfinca” sabiendo de ante mano, que la creación de conocimientos dentro de las redes sociales son claves en las dinámicas culturales (Capra, 2006).

¹ Constitución Política de Colombia, Artículo 1º, Parágrafo 2. Ley 397 de 1997. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0397_1997.html

² Recordando los diálogos de La Habana entre delegados y delegadas del Gobierno Nacional. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/contenido/politica/proceso-de-paz/ARCHIVO/ARCHIVO-16682558-0.pdf>

² Recordando los diálogos de La Habana entre delegados y delegadas del Gobierno Nacional. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/contenido/politica/proceso-de-paz/ARCHIVO/ARCHIVO-16682558-0.pdf>

10.1.1. Política de Turismo Cultural

Partimos de la función de las políticas culturales como vía para asegurar que los recursos culturales estén en todos los espacios de planificación de políticas públicas, como lo explica la Organización de Estados Iberoamericanos, en adelante OEI. Dentro de las implementadas en el territorio colombiano, reconocemos la potencialidad del turismo para articular procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural, como lo señala la Política de Turismo Cultural³.

La política de turismo cultural desarrollada en Colombia, busca dar protagonismo al turismo cultural en los procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural. Como eje principal, desarrolla procesos acordes a la necesidad proveniente del Estado, en cuanto a fomento y apoyo de las diversas comunidades, proyectando un trabajo de sensibilización, apropiación y construcción de estructuras que beneficien a sus habitantes, con saberes y recursos propios de cada región.

Un punto transversal al objeto de dicha política, es el factor de aprovechamiento del tiempo libre en la juventud. Apoyar el interés por sus raíces y propiciar el saber hacer, como forma de progreso personal y comunitario es clave para el desarrollo colombiano. Además, el turismo como proceso social, busca generar espacios de interacción entre sus habitantes y visitantes, promoviendo el intercambio de saberes y la interacción enfocada en aspectos ambientales y socio-económicos, enmarcados en la cultura como fundamento.

Dentro de las ventajas planteadas por la Política de Turismo Cultural, existe el concepto de multiterritorialidad, explicando cómo este tipo de oferta cultural se expande a lo largo del territorio nacional. Esta forma de obtener recursos económicos, mejora la conservación del patrimonio y fomenta nuevas formas de empleo y obtención de ingresos. Sin embargo, no

³ Política formulada entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

se debe dejar de lado las implicaciones de esta afluencia de visitantes a lugares de preservación. Debemos asumir el reto de integrar la preservación del patrimonio y el desarrollo turístico, de esto depende el éxito de nuestros emprendimientos comunitarios.

10.1.2. Plan sectorial de Turismo 2014 - 2018⁴

Dentro del documento de política sectorial, con eslogan “Turismo para la construcción de paz”, sustentamos nuestra premisa de convergencia entre turismo y paz. Al igual que Louis D’amore⁵, compartimos la idea de que “la industria del turismo juega un papel vital en la preservación del medio ambiente, en la conservación del patrimonio cultural intangible y en la creación de una cultura de respeto y paz que elimine el problema del miedo al otro”.

Dentro del plan sectorial de turismo, se hace énfasis a tres fundamentos para la buena practica turística: un turismo responsable, generar una cultura turística e implementar al turismo en la construcción de la paz.

10.1.3. Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera

Dentro de los puntos acordados entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Farc, se genera como primer punto del acuerdo una “Reforma Rural Integral”, en adelante RRI, apoyando la necesidad de integración regional y creación de condiciones de bienestar para la población rural. Dentro de las mismas consideraciones encontradas en el Acuerdo, la RRI es determinante para el desarrollo social y económico equitativo del país, dando paso al transito turístico en territorios no explorados a causa del conflicto, posibilitando el acceso a nuevas formas de aprovechamiento del territorio y al intercambio cultural.

⁴ Plan desarrollado entre el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación. 2014

⁵ Louis D’amore, presidente del Instituto Internacional para la paz a través del turismo (IIPT).

10.1.4. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL 25 % DE LOS RECURSOS TERRITORIALES PROVENIENTES DEL INCREMENTO DEL 4% DEL IVA A LA TELEFÓNIA MOVIL - Documento CONPES 3255 de 2003

Dentro de las estrategias de distribución financiera de los recursos que provienen de la telefonía móvil, se señala la apropiación social del patrimonio cultural:

“Los Departamentos y el Distrito Capital deberán destinar un 50 % del total de los recursos para cultura y el otro 50 % para deporte. Del total de estos recursos se deberán destinar mínimo un 3% para el fomento, promoción y desarrollo del deporte, la recreación de deportistas con discapacidad y los programas culturales y artísticos de gestores y creadores culturales con discapacidad, según lo contemplado en el artículo 136 de la ley del Plan Nacional de Desarrollo” (CONPES 3255, 2003).

Desde este enfoque, en el cual se promueve la apropiación comunitaria, la recuperación de sectores históricos, arqueológicos, parques y reservas naturales, y de otros bienes de interés cultural, Pazyfinca estimulara el desarrollo económico colectivo sostenible y sustentable para los habitantes del sector rural en el que nos encontremos.

10.2. Marco Jurídico

10.2.1. Ley General de Turismo

De acuerdo con el artículo 1º, de los principios fundamentales y definiciones de la ley general de cultura (ley 397 de 1997), la cual da validez legislativa al desarrollo de “Pazyfinca”, se define a la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y de las letras, modos de vida, derechos humanos, sistema de valores, tradiciones y creencias.

En adelante, se desprenden una serie de principios en los cuales se describe el papel del Estado sobre la cultura, entre ellos:

1. El Estado impulsará y estimulará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación colombiana.
2. El desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico.
3. El Estado promoverá la interacción de la cultura nacional con la cultura universal.
4. El Estado, al formular su política cultural, tendrá en cuenta tanto al creador, al gestor, como al receptor de la cultura y garantizará el acceso de los colombianos a las manifestaciones, bienes y servicios culturales en igualdad de oportunidades, concediendo especial tratamiento a personas limitadas física, sensorial y psíquicamente, de la tercera edad, la infancia y la juventud y los sectores sociales más necesitados.

También, al interior de artículo 71, se especifica que cualquier tipo de plan relacionado con el desarrollo económico y social, debe incluir el fomento a la cultura, ciencia y tecnología. De acuerdo con este artículo, y con un enfoque turístico y de emprendimiento, nos apoyamos en la *ley general de turismo*, la cual habla del desarrollo social como uno de los principios generales de la industria turística argumentando que el turismo es una industria la cual permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, actividades que constituyen un derecho consagrado en el artículo 52 de la constitución.

Ley 300 de 1996

Con la expedición de la Ley 300 de 1996 se determinó que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias y, debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental.

Ley 1101 de 2006

Se hace modificación de la ley 300 de 1996 sobre los aportes parafiscales para la promoción del sector turismo en el Artículo 4 de la misma:

Impuesto con destino al turismo como inversión social. Créase, a partir de la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, el impuesto nacional con destino al turismo como inversión social mediante la promoción y el fortalecimiento de la competitividad que comprende la capacitación y la calidad turísticas.⁶

Ley 1558 de 2012

Se modifica el artículo 1 de la ley 300 de 1996 referente a la importancia de la industria turística para el desarrollo del país, suscrito de la siguiente manera:

ARTÍCULO 2o. Modifíquese el artículo 1o de la Ley 300 de 1996, el cual quedará así: “Artículo 1o. Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.”⁷

⁶ Ley 1101 de 2006, Noviembre 22, reglamentada por el decreto nacional 2590 de 2009, artículo 4. Recuperado, 26 de Noviembre de 2017: www.mincit.gov.co/descargar.php?id=74293

⁷ Ley 1558 de 2012, Diario oficial No. 48.487 de 10 de Julio de 2012, Congreso de la República. Recuperado, 25 de noviembre de 2017: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78782&name=Ley_1558_2012.pdf&prefijo=file

Inversión Pública en el sector Turismo

Con base en el marco jurídico e institucional y como forma de financiación pública, nos parece de importancia señalar la forma de apoyo por parte del estado con base en la contribución parafiscal para la promoción del turismo correspondiente al 2.5 por mil de los ingresos operacionales del sector turismo⁸. (Ver Anexo 4).

Por medio de la ley 300 de 1997 y sus siguientes modificaciones, ley 1101 de 2016 y ley 1558 de 2012, por medio del Ministerio de Comercio, Industria y turismo, se crea el fondo de promoción turística de Colombia, en el cual, según el Manual para destinación de recursos y presentación de proyectos⁹:

“Los recursos de que trata el presente manual son recursos públicos destinados al mejoramiento de la competitividad y la promoción de la actividad turística en el ámbito nacional e internacional, que provienen de las siguientes fuentes:

- Los recursos fiscales asignados por el Gobierno Nacional al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la competitividad y la promoción del turismo, en cuanto se asignen al Banco de Proyectos Turísticos a que se refiere el artículo 18 de la Ley 1101 de 2006.
- Los recursos provenientes de la explotación de marcas relacionadas con el turismo, de propiedad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Los recursos provenientes del impuesto al turismo.

⁸ Artículo 2°. Reglamentado por el Decreto Nacional 1036 de 2007. El artículo 41 de la ley 300 de 1996. Recuperado, 26 de Noviembre de 2017: www.mincit.gov.co/descargar.php?id=74293

⁹ Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos, vigencia a partir de Septiembre de 2008 (incluye modificaciones CD 09 de Noviembre de 2012). Recuperado, 25 de noviembre de 2017: http://fontur.com.co/aym_image/files/formatos/manual_de_proyectos_modificado_06_mar_2012.pdf

- Los recursos del Fondo de Promoción Turística: la contribución parafiscal, las donaciones, los provenientes de patrocinios y actividades comerciales, los derivados de la explotación económica de los activos que fueron de propiedad de la Corporación Nacional de Turismo, los que provengan de la cooperación internacional en materia de turismo y cualquier otro que se canalice a través de tesorería y demás activos recibidos para el desarrollo de sus funciones, así como los rendimientos financieros que se deriven del manejo de las partidas enumeradas en este inciso.
- El monto total de las multas que se imponga a los prestadores de servicios turísticos en ejecución de la Ley 679 de 20016.

A los recursos provenientes de la contribución parafiscal se le descontara la remuneración del administrador del Fondo de Promoción Turística y los costos operativos y financieros según el presupuesto aprobado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- Viceministerio de Turismo-.” (FONTUR, 2017. Pp.5)

11. Cronograma

Dentro de la planeación estratégica de actividades y desarrollo de nuestros objetivos, se proyecta una duración de 12 meses para la aplicación y cumplimiento exitoso del proyecto distribuido de la siguiente forma:

Actividad / Mes	2018											
	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
PRIMERA FASE: Caracterización geográfica												
1.1 Jornada de Participación.												
1.2 Mapa Cultural de la comunidad.												
1.3 Identificación de líderes sociales.												
1.4 Socialización de resultados holísticos.												
SEGUNDA FASE: Convocatoria a carnaval												
2.1 Cuña publicitaria.												
2.2 Perifoneo												
2.3 Comunicado para la Junta de Acción Comunal (JAC)												
2.5 Afiches												
TERCERA FASE: Creación del Carnaval												
3.1 Etapa de planeación												
3.2 Etapa de reproducción												
3.3 Etapa de producción.												
3.4 Etapa de desproducción												
CUARTA FASE: Aplicación, actitudes cooperativas.												
4.1 Formación y descubrimiento												
4.2 Debate e interpretación												
4.3 Normalización y prototipado												
4.4 Desempeño: poner en práctica el emprendimiento												
4.5 Evaluación de impactos - Estado de Red												

13. Indicadores

Como nuestros criterios de valoración del desarrollo están reflejados en conceptos como identidad, confianza, cooperación y comunidad, nuestro sistema virtual nos ayudará a medir los siguientes indicadores cuantitativos y cualitativos, facilitando a la red hacer seguimiento, monitoreo y control a elementos propios de la eficiencia empresarial y del desarrollo a escala humana.

Indicadores Cuantitativos:

Indicadores de Proceso

- Número de emprendimientos consolidados.
- Número de turistas recibidos.

Indicadores de Recurso (Talento)

- Número de personas organizadas de manera solidaria.
- Recursos utilizados en cada visita turística.

Indicadores de Tiempo

- Tiempo empleado por cada emprendedor para poner en marcha su emprendimiento.
- Tiempo empleado por cada grupo de visitantes en cada estación del emprendimiento turístico.

Indicadores Cualitativos:

El sistema virtual facilitará la medición de los siguientes indicadores cualitativos, con la realización de encuestas permanentes:

Apropiación

- Grado de interés en estudiar nuevos temas.
- Grado de interés en encontrar nuevas posibilidades.
- Grado de interés en transmitir a otras personas sus conocimientos.
- Grado de interés en que otras personas despierten nuevas inquietudes.

Confianza

- Capacidad de comunicarse con otras personas.
- Capacidad de construir visiones comunes con otras personas.

Autonomía

- Capacidad de decidir en forma independiente.

Cohesión

- Capacidad de tomar decisiones para conservar el grupo y la red.
- Capacidad de construir sentido colectivo.

Pertenencia

- Capacidad de ser consciente del capital cultural del grupo y la región.
- Capacidad de cuidar el patrimonio colectivo.
- Capacidad de sentirse parte del territorio.

Participación

- Capacidad de tomar decisiones desde y para la comunidad.
- Capacidad de promover y exigir los derechos propios y de otras personas.
- Capacidad de reflexionar en lo público sobre lo público.
- Capacidad de promover estrategias incluyentes que asuman la pluralidad y la diversidad.

Convivencia

- Capacidad de resolver conflictos en forma no violenta (cultura de paz).
- Capacidad de respetar las reglas mínimas comunes que median las relaciones de los miembros de la red.
- Capacidad de respetar a las otras personas.

Ambiente Sano

- Capacidad de respetar las reglas comunes.
- Capacidad de proteger el conocimiento tradicional ancestral.
- Capacidad de conservar la naturaleza.
- Capacidad de practicar un estilo de vida saludable.

Competitividad

- Capacidad para promover relaciones respetuosas en la red.
- Capacidad de solucionar problemas en la red.
- Capacidad de promover la innovación en la red.
- Capacidad de trabajar en equipo.
- Capacidad de mejorar los ingresos de la red.

14. Consideraciones de cierre

Somos conscientes del reto que significa trabajar junto con una comunidad que nos desconoce, y como planteamos en el problema cultural, se desconoce a sí misma, no en el sentido de ser extraños, sino de no tener la certeza de confiar en su vecino/a, tanto como para iniciar un negocio con él o ella. El primer gran reto que tenemos que afrontar es el encontrar los medios para superar una ruptura social que incluso, en muchos otros territorios del país, se hace más evidente de lo que sucede en la vereda Guayabal: el conflicto armado ha instaurado unas dinámicas sociales particulares que acrecientan el temor de confiar o simplemente de creer.

Nuestra gran responsabilidad como Pazyfinca, es ser un ejemplo para las comunidades de cómo el trabajo en equipo, la cooperación, la confianza y las ganas de transformar nuestra realidad, son el mejor medio para empoderarnos de nuestra vida, de nuestros sueños, de alcanzar aquellas metas que por muchas situaciones se pueden ver inalcanzables, o incluso, para muchas familias del campo, resultan ser el reflejo de años de falta de políticas agrarias coherentes que han negado un verdadero desarrollo social y económico al país.

“Si quieres ir rápido, camina sólo.

Si quieres llegar lejos, camina acompañado”

Proverbio Africano

Sin embargo, para que esta iniciativa prospere, también sabemos que la comunidad debe ser consciente de que este proceso les pertenece. Si bien, la metodología en red nos permite trascender las fronteras, cada comunidad debe estar empoderada de sus procesos, sus saberes y su qué hacer, frente al territorio que le pertenece. La autogestión debe convertirse en un estilo de vida que impulse a cada miembro de la red a esforzarse por mantenerla, por trabajar en pro de la comunidad para así alcanzar una libertad económica que resista y perdure, incluso en los momentos de conflicto.

Estamos en presencia de un nuevo escenario global, un despertar de consciencia lleno de organizaciones decididas a parar el cambio climático, generado por humanos, el cual nos está llevando hacia un punto de no retorno. Salvar el planeta es inaplazable y el futuro de muchas especies, como hoy las conocemos, incluida la nuestra, está en serio peligro, si no incrementamos nuestro capital social.

Levantamos las banderas de un revolucionario movimiento el cual le apuesta a transformar la cultura actual de consumo desmedido, hacia una perspectiva cada vez más ecológica, con el concurso de la especie humana y sus recursos creativos y cognitivos, necesarios para la consciente multiplicidad de relaciones expresadas en los demás dispositivos de Tierra. La misión no es nada fácil pero tampoco es tan complicada, sólo se requiere el despertar de una flor para que todo el árbol se dé cuenta de que es momento de florecer porque ha llegado la primavera. No se trata de quejarnos de políticos, sistemas o multinacionales, sino de entender, de forma individual y colectiva, que los seres humanos “Somos autores de nuestro destino”.

15. Bibliografía

- Burgos, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. Revista HALLAZGOS. Vol.13. Num.16.
- Capra, F. (2003). Las conexiones ocultas. Implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo. *Vida y liderazgo en las organizaciones*. Editorial Anagrama.
- Castillo Porras, C. (2002). Elementos teórico-metodológicos a considerar en el trabajo con grupos. Recurso en línea: <http://www.binasss.sa.cr/revistas/ts/v20n461996/art04.pdf>.
- Escobar, A. (2011). Una minga para el postdesarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales. *Otros mundos (ya) son posibles: autoorganización, complejidad, y culturas postcapitalistas*. Ediciones desde abajo.
- Hurtado de Barrera, J. (1998). Metodología de la Investigación Holística. Una propuesta integradora desde las sociedades fragmentadas. Fundación Sypal.
- Georgescu- Roegen, N. (1971). La ley de la entropía y el proceso económico. *Entropía, valor y desarrollo*. Fundación ARGENTARIA.
- Kliksberg, Bernardo; (2006). Capital social y cultural. *Claves del desarrollo. Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, Enero-Junio, 5-31.
- Sen, A. (2000). Desarrollo y libertad. *La perspectiva de la libertad*. Editorial Planeta.
- Pauli, G. (2010). La economía azul. 10 años. 100 innovaciones. 1000 millones de empleos. *Recursos sin tiempo para los retos de nuestro tiempo. Emulando ecosistemas para una economía azul*. Editorial Tusquets.
- Viena. M, Vienna. Y, Adler. I, Lucena. B y Russo. B. (2016). Design Thinking. Innovación en los negocios. *Prototipo: Prototipo en papel. Ideación: Cocreación*. MJV Press.
- Beck, U. (1988). La sociedad del riesgo. *Hacia una nueva modernidad*. Editorial Paidós.

15.1. Webgrafía

Agrosolidaria. (2015). Ideario, un poco de historia. [comunicado en línea]. Fecha de revisión 7 de noviembre de 2017. Recuperado de: <http://www.agrosolidaria.org/index.php/ideario>.

El Tiempo. (2017). Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. [Noticia] fecha de publicación: 27 de agosto de 2016. Recuperado el 22 de Noviembre de: <http://www.eltiempo.com/contenido/politica/proceso-de-paz/ARCHIVO/ARCHIVO-16682558-0.pdf>

Fondo de promoción turística de Colombia. (2008). Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos. Fecha de publicación: 13 de septiembre de 2017. Recuperado de: http://fontur.com.co/aym_image/files/formatos/manual_de_proyectos_modificado_06_mar_2012.pdf

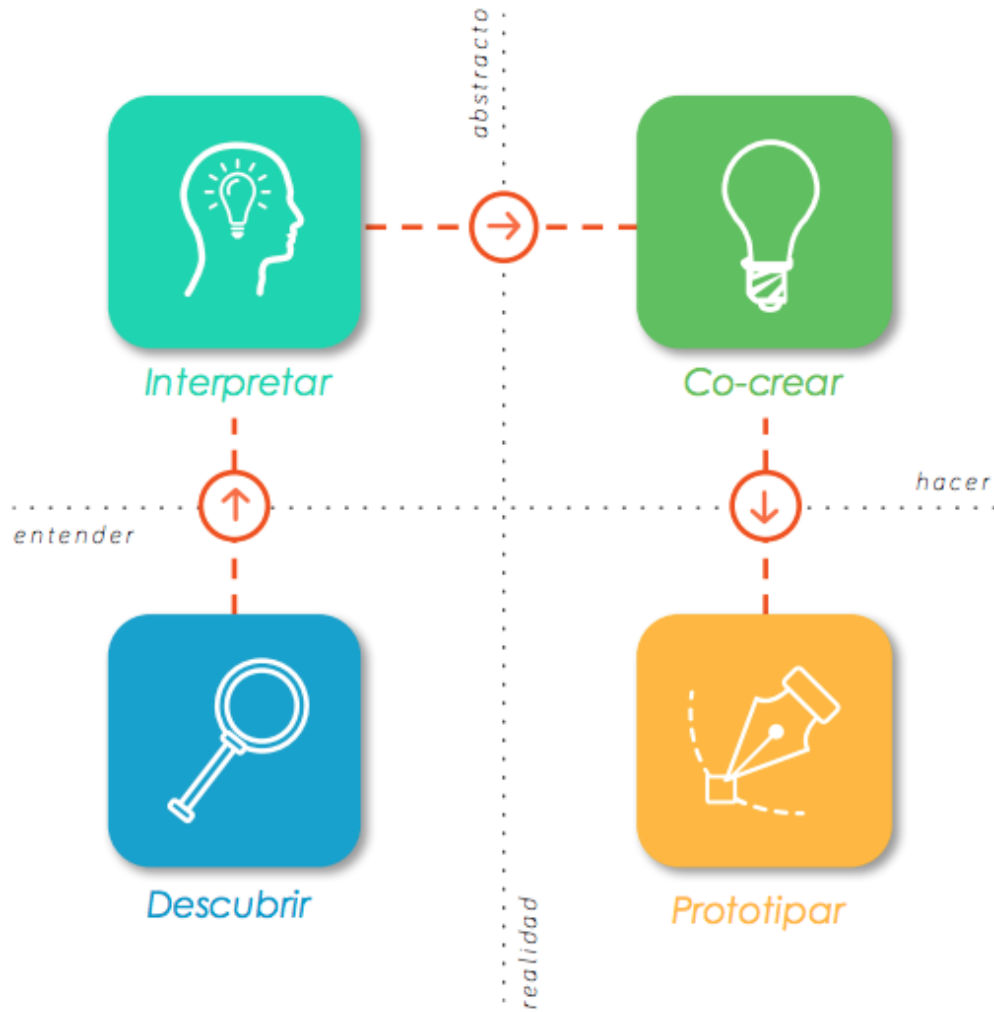
Fondo Nacional de Turismo. (2017). Base para liquidar la contribución parafiscal. Fecha de publicación: 25 de noviembre de 2017. Recuperado de: <http://fontur.com.co/productos-y-servicios/que-es-contrubucion-parafiscal-tipos-de-aportantes-base-liquidacion/49>

Mano cambiada. (2017). Nuestro origen. [comunicado en línea] Fecha de revisión: 7 de noviembre de 2017. Recuperado de: <http://manocambiada.org/es/nosotros/>

Ministerio de trabajo. (2017). El cooperativismo es un modelo económico clave para consolidar la paz del país. [Comunicado de prensa] fecha de publicación: 24 de agosto de 2017. Recuperado de: <http://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2017/agosto/-el-cooperativismo-es-un-modelo-economico-clave-para-consolidar-la-paz-del-pais-mintrabajo>.

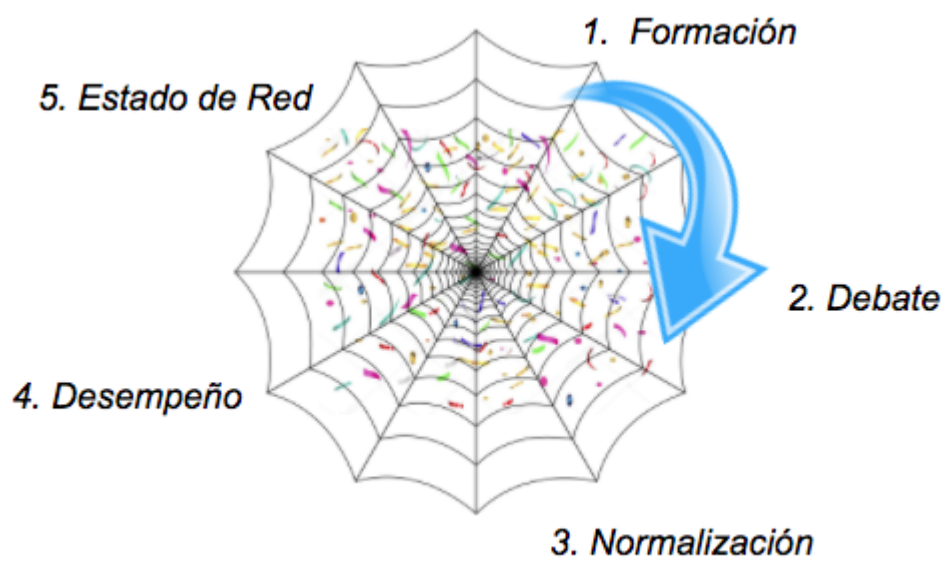
16. Anexos.

Anexo 1: Design Thinking



Gráfica aportada por Háptica - Diseño de servicios

Anexo 2: Modelo Tuckman para el desarrollo de equipos, adaptado a la experiencia Pazyfinca.

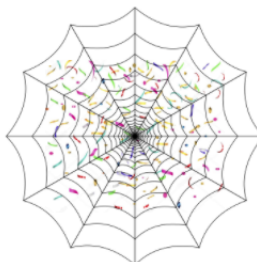


Anexo 3: Actividades - Carnaval de Sensibilización, basadas en la teoría BEM y asesoradas por F2P.

Motivador Épico: La Tierra prometida

Imagina que tienes la oportunidad de crear un mundo nuevo para todos los seres que amas.

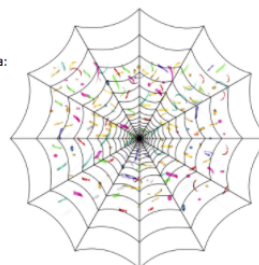
¿Cómo sería tu creación?



Motivador de Empoderamiento: ¡Todos ponen, todos ganan!

Ahora debes elegir uno de estos tres negocios, recuerda: en la abundancia de nuestro planeta hay lugar para todos.

- a) Gano mucho pero gano solo. (limones)
- b) No gano nada pero mi vecino gana. (mangos)
- c) Encontramos un punto donde ganamos todos. (naranjas)

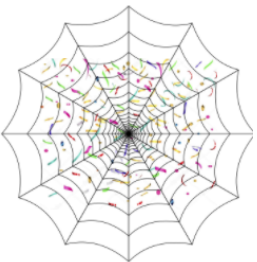


Motivador de Empatía: ¡Vamos a La Mesa!

Como llego la hora de unas ricas onces, vamos a comer arepas!!

Cada uno elija su lugar en La Mesa, organice su puesto de trabajo y comience a preparar tres arepas.

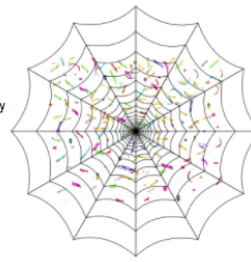
Cada una debe hacerse diferente y será un regalo para otro miembro de la comunidad.



Motivador Estético: Una red posible

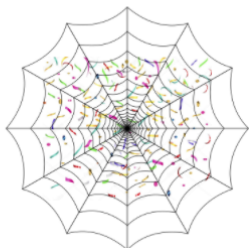
Entre todos vamos a construir el mapa de nuestra vereda y cada uno va a ubicar su casa y los productos que se dan allí.

Después con hilos de colores uniremos los diferentes puntos y nos daremos cuenta de lo mucho que nos conecta.



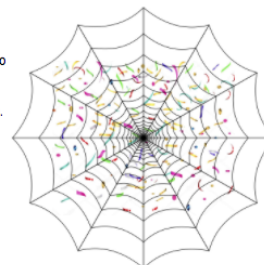
Motivador de Eficiencia: De mercado

Elige de una despensa los productos que se han dado o se podrían dar en tu tierra, ponlos en un canasto y compártelos con alguien de la comunidad que aún no conozcas bien.



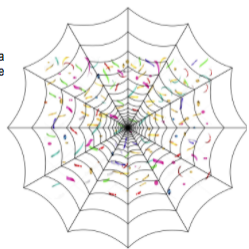
Motivador de Maestría: Estoy para servirte

Gracias a la creación de un escenario simulado cada miembro de la comunidad jugará el papel de quien llega de visita y el papel de quien lo recibe en su casa. Así veremos que tan preparados estamos para recibir visitantes en nuestra vereda.



Motivador de Exploración: Mi camino favorito

Apoyados en un mapa aéreo de la vereda, cada miembro de la comunidad nos contará historias de los diferentes caminos que cruzan su territorio.



Anexo 4: Base para liquidar la contribución parafiscal

La contribución parafiscal se liquidara de la siguiente manera:

CÓD.	CLASE DE APORTANTE	% DEL APORTE	OBSERVACIONES
01	Los hoteles y centros vacacionales	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	Los hoteles excluirán del valor de sus ingresos el correspondiente a las ventas realizadas por las empresas de tiempo compartido turístico
02	Viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
03	Las agencias de viajes	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	Entendiéndose como ingresos operacionales una vez deducidos los pagos a proveedores turísticos
04	Las oficinas de representaciones turísticas	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
05	Empresas dedicadas a la operación de actividades tales como canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canopée, buceo, deportes náuticos en general	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
06	Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
07	Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
08	Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en Zonas Francas Turísticas	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	

09	Las empresas comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
10	Los bares y restaurantes turísticos	1,5 * 1000 de los ingresos operacionales	Se encuentren ubicados en zona de interés turística , de acuerdo con las Resoluciones 0347, 0348 de 2007 y 4895 de 2011
11	Los centros terapéuticos o balnearios que utilizan con fines terapéuticos aguas, mineromedicinales, tratamientos termales u otros medios físicos naturales	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
12	Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
13	Los parques temáticos	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
14	Los concesionarios de aeropuertos y carreteras	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
15A	Empresas de transporte de pasajeros aéreos	Un (01) dólar	El aporte recaudado por pasajero transportado en vuelos internacionales cuyo origen o destino final sea Colombia, será de un (01) dólar o su equivalente en pesos colombianos.
15	Las empresas de transporte de pasajeros	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	Excepto el transporte urbano y el que opera dentro de áreas metropolitanas o ciudades dormitorio
16	Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	

17	Los concesionarios de servicios turísticos en parques nacionales que presten servicios diferentes en este artículo	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
18	Los centros de convenciones	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
19	Las empresas de seguros de viaje y de asistencia médica en viaje	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
20	Las sociedades portuarias orientadas al turismo o puertos turísticos por concepto de la operación de muelles turísticos	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
21	Los establecimientos de comercio ubicados en las terminales de transporte de pasajeros terrestre, aéreo y marítimo	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
22	Las empresas operadores de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
23	Las empresas asociativas de redes de vendedores multinivel de servicios turísticos	2,5 * 1000 de los ingresos operacionales	
24	Los guías de Turismo	20% del SMLMV dividido en los cuatro trimestres	