

Aportes del Diseño Industrial con el fin de potenciar el Turismo en Colombia.

Caso de estudio: Makuruma-Palomino.

Ivone Sofía Lagunas Villarreal

Universidad Antonio Nariño

Notas de autor

Ivone Sofía Lagunas Villarreal, Facultad de Artes, Universidad Antonio Nariño

Tutor: Iván Darío Castro Pardo DI-MSc

Proyecto sin ánimo de lucro

Universidad Antonio Nariño, Sede Circunvalar:

Cra. 1 No. 47a15, Bogotá

Contacto: sofilagunas@gmail.com

25/11/2019

Dedicatoria

Dedico este trabajo a la Facultad de Artes de la Universidad Antonio Nariño, a todos los profesores que aportaron parte de su conocimiento en mi formación académica; principalmente al profesor Iván Darío Castro Pardo por su apoyo e incondicionalidad tanto en el proceso de mi carrera como en el desarrollo de este proyecto, también lo dedico a mi familia, por su apoyo en las diferentes etapas de este proceso universitario y finalmente a las diferentes entidades, comunidades y personas que hicieron parte de diversas formas tanto de mi crecimiento académico como de mi crecimiento personal..

Agradecimientos

A la Facultad de Artes de la Universidad Antonio Nariño, por fomentar la generación de proyectos de investigación dentro del campo del Diseño Industrial.

Al profesor Iván Darío Castro, por su total ayuda, colaboración y persistencia, en cada momento de consulta y soporte en este trabajo de investigación.

A los integrantes de la Comunidad Indígena Arhuaca, que habitan la cuenca del río Palomino en la vertiente norte de la Sierra Nevada de Santa Marta, por su cordialidad y disposición de apoyo a este proyecto.

A Javier Baquero, integrante del ministerio de Industria y Comercio por toda la información de apoyo brindada.

Índice general

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Introducción	
Planteamiento.....	
Formulación de pregunta de investigación	
Objetivos	
Justificación.....	
Marco Teórico.....	
1. Economía Naranja:	
1.1 ¿Qué es?	
1.2 Colombia en el desarrollo de la Economía Naranja:.....	
1.3 Correlación entre la Economía Naranja y la disciplina de diseño Industrial:	
2. Mercados Verdes	
2.1 ¿Qué son los Mercados Verdes?	
2.2 ¿Cómo se han incorporado los Mercados Verdes en Colombia?:.....	
2.3 Fundamentos verdes dentro del Diseño Industrial	
2. 4 Fairtrade en el Comercio Justo.....	
3. Comercio Justo:	
3.1 ¿Qué es?	
3.2 Comercio Justo ¿Se ve integrado en los modelos de comercio colombiano?.....	
3.3 ¿Por qué es importante el Comercio Justo?	
3.4 Diseño Industrial como potenciador del comercio justo.....	
4. ¿Qué es el Desarrollo Local?	
4.1 Desarrollo Local en el contexto colombiano	

4.2 El Desarrollo Local como medio generador del Diseño Industrial	
5. Turismo	
5.1 Turismo en Colombia.....	
5.2 El Diseño Industrial inmerso en el Turismo	
5.3 ¿Qué es turismo ecológico?	
5.4 El ecoturismo en Colombia:.....	
5.5 El etno-turismo:.....	
5.6 El etno-turismo en el Colombia:	
6.Makuruma- Palomino	
6.1 Makuruma, un aporte a la Economía Naranja:.....	
6.2 Desarrollo de conceptos verdes dentro del proyecto Makuruma - Palomino:	
6.4 Makuruma - Palomino, un proyecto que incorpora el Desarrollo local	
6.5 Área de desarrollo turismo Makuruma - Palomino:.....	
6.5.2 <i>Etno- turismo Makuruma- Palomino</i> :.....	
7. Generación de experiencia	
7.1 El significado:	
7.2 La Amplitud:	
7.3 La Intensidad.....	
Qué tan aparente es la experiencia en nuestra atención y conciencia	
7.4 La Duración:.....	
7.5 Detonantes.....	
7.6 Interacción.....	
Ésta puede ser de modo pasiva, activa o interactiva hacia la experiencia del cliente.....	
7.7 Experiencia turística:.....	
8. Pueblo indígena Arhuaco.	

8.1 Territorio desde una noción indígena.....	
8.2 Cosmovisión indígena.....	
8.3 Situación de derechos humanos	
9. ¿Qué es el POT?	
9.1 POT del Departamento de La Guajira:.....	
9.2 Políticas relacionadas con medio ambiente y turismo	
9.3 Políticas relacionadas con los pueblos indígenas de Colombia	
9.4 Correlación entre las políticas del medioambiente y de los pueblos indígenas de la Guajira	
10. POT del municipio de Dibulla	
10.1 Políticas relacionadas con turismo	
10.2 Políticas relacionadas con las comunidades indígenas:	
10.3 Correlación entre las políticas del medioambiente y de los pueblos indígenas de Dibulla.	
11. Metodología	
11.1 Metodología Diseño de la experiencia.	
11.2 Metodología de diseño Makuruma- Palomino.	
12. Alcances del proyecto	
13. Normativas	
14. Desarrollo de la propuesta	
15. Conclusiones:	
16. Comprobaciones:	
17. Bibliografía.....	

Introducción

El proyecto Makuruma - Palomino es un modelo de servicio de hospedaje que vincula al Diseño Industrial y al sector turístico por medio de la implementación del mismo en tres modalidades: hostel que es una modalidad económica de hospedaje en la que se ofrecen servicios adicionales como cocina común o voluntariado, donde prestas un servicio a cambio de la estadía. glamping que se basa en la modalidad del camping pero de una forma mucho más confortable y sofisticada y reserva Indígena que es una modalidad planteada desde el desarrollo del proyecto donde los representantes nativos de las comunidades indígenas y los visitantes turistas interactúan a través de la palabra y la obra de dicha cultura; Cada uno con una ubicación estratégica dentro del territorio



donde se ubican respectivamente pasando primero por el pueblo luego se dirigen hacia la zona de transición o borde que es donde se ubica el glamping, hasta llegar al interior de la montaña y su cultura ancestral, La finalidad es articular desde el diseño los tres escenarios para

así ofrecer al huésped múltiples experiencias dentro de una misma idea, que consiste en transmitir la esencia territorial a partir del goce de la oferta ambiental y el reconocimiento la cultura tradicional, está planteado para desarrollarse en el Corregimiento de Palomino- Dibulla - La Guajira, se inscribe en el ámbito del eco - etno – turismo y se encuentra localizado en la cuenca del rio Palomino que sirve como límite entre los departamentos del Magdalena y la Guajira en la vertiente norte de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Su nombre proviene del dialecto Ikan, lengua materna del pueblo Indígena Arhuaco, y es la ofrenda que se utiliza como saludo al llegar a algún lugar importante

Se consideran inicialmente como campos de acción del Diseño Industrial dentro del proyecto Makuruma- Palomino la construcción de conocimiento, el desarrollo de nuevos productos, el diseño de la experiencia vista como eje central del desarrollo de esta propuesta, partiendo de los conceptos expuestos por Nathan Shedroff sobre el diseño de experiencias donde concluye que *“las emociones son un factor poderoso para la promoción de productos y servicios”* y dichas emociones se generan a partir del desarrollo de experiencias que conectan con el significado; se proyecta dentro de este el diseño aplicado a la identidad corporativa, comercialización, infraestructura, espacios interiores, mobiliario, señalización y la responsabilidad social y ambiental.

Planteamiento

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo apuesta porque Colombia sea el principal destino turístico de Latinoamérica, con un crecimiento de este sector de un 3,4% en el año 2019
Julián Guerrero Orozco, viceministro de turismo, destacó las importantes repercusiones que tiene la consolidación del sector para la economía nacional (Revista Dinero, 2019)

Hace algunos años Colombia viene generando un desarrollo turístico favorable que ha permitido que los visitantes extranjeros visiten con mayor frecuencia el país, que se resalten características propias de este como su variedad en flora, fauna, ecosistemas además de la permanencia de culturas ancestrales y una rica diversidad cultural.

*“Palomino por ejemplo pasó en 3 años de ser una playa de más de dos kilómetros de soledad, conocida por pocos, a consolidarse como uno de los destinos preferidos por viajeros de todos los presupuestos, procedencias y edades en el Caribe colombiano.” (Hurtado, 2017)*Evidenciando el reconocimiento progresivo que se ha presentado en este corregimiento y el consecuente crecimiento turístico que se viene evidenciado en la región.

Se considera entonces Palomino como un atractivo destino turístico, ya que cuenta con diversos entornos y actividades que permiten señalarlo dentro de esta categoría, se pueden encontrar diversos ecosistemas dentro del corregimiento como: ecosistema selvático , el de mar, río y playa además de diversas actividades que se pueden realizar como ciclo paseos, avistamiento de aves, tubing, caminatas ecológicas, entre otras y de la posibilidad de conocer a miembros de dos de las cuatro culturas indígenas (Wiwa, Kogui, Arhuaco, Kankuamo) que habitan próximos al corregimiento que seduce cada vez a más viajeros nacionales y procedentes de muchos lugares

Del mundo, esto se aprecia como una interesante oportunidad para la generación de nuevas alternativas para incorporar el Diseño Industrial por ejemplo para la oferta de experiencias auténticas.

El público objetivo al que se busca llegar es a aquellos viajeros que aplican conciencia ambiental en su entorno y buscan nutrirse culturalmente por medio de interacción social con los locales. Además de esto se cuenta actualmente con los lugares en los que se plantea la ubicación¹. del servicio y un amplio conocimiento (de fuentes secundarias) sobre el contexto y cultura del mismo.

Por otra parte, este crecimiento turístico ha generado algunas problemáticas importantes

Para tener en cuenta; la construcción indiscriminada e irresponsable de lugares prestadores de servicios turísticos y el déficit en el suministro de servicios públicos generan conflicto, tanto para el local, como para el prestador de servicios produciendo

crisis en el manejo de desechos, poca generación de empleo a la población local, desconocimiento de la riqueza cultural ancestral, entre otros.

Es por eso que la implementación de esquemas basados en un turismo responsable es importante y prioritaria al momento de desarrollar proyectos turísticos en Colombia y en territorios como Palomino.

Remitiéndonos a la cultura se puede resaltar que lamentablemente en este territorio y a pensar de los años de antigüedad de permanencia de los integrantes de la Comunidad Indígena Arhuaca y otros actores pertenecientes por ejemplo a otras culturas indígenas de Colombia en la Sierra Nevada, no tienen muchas opciones de generar ingresos a través de sus labores tradicionales, esto dado a que la mayoría de los puentes comerciales que median en el proceso de comercialización de estos productos se ganan un porcentaje bastante amplio y la ganancia final

que queda para el indígena es mínima, lo que junto a muchos motivos más genera la desaparición sistemática de la tradición, ya que al no sentirla valorada se contempla el dejar de divulgarla.

Formulación de pregunta de investigación

¿Cómo puede actuar el Diseño Industrial a favor de la competitividad del sector eco-etno-turístico en territorios específicos de Colombia?

Objetivos

General

Desarrollar una propuesta de experiencia en la prestación responsable del servicio de alojamiento desde el eco y etno turismo en el corregimiento de Palomino - Dibulla - La Guajira.

Específicos

- 1.. Generar un mapa mental que sintetice los escenarios probables del sector turístico de alojamiento en los que es pertinente incursionar desde el Diseño Industrial
2. Elaborar un planteamiento novedoso sobre la base de la identidad territorial (cultura y ecosistema) que aplique a la definición de elementos tangibles e intangibles en el diseño de una experiencia dada desde el servicio de alojamiento en la modalidad de glamping.
3. Desarrollar un planteamiento para la prestación de servicios turísticos desde el Diseño de la Experiencia

Justificación

El crecimiento turístico de Palomino ha sido bastante renombrado y valorado, según Mincomercio el corregimiento pasó de recibir aproximadamente 2.075 turistas extranjeros en 2010 a recibir aproximadamente 10.256, en el año 2017 además de esto, la generación de lugares de hospedaje y restaurantes en el Departamento de la Guajira también incrementó un 6,3% en comparación al 3,5% del aumento que hubo en Colombia, esto según, la cámara de comercio de la Guajira, Es claro entonces, el potencial a nivel turístico que tiene actualmente el Corregimiento; es por esto que se debe resaltar la pertinencia en la generación de proyectos de desarrollo turístico limpio y responsable en la región.

Ahora bien, el Diseño Industrial según la World Design Organization en el 2017 tiene como uno de sus objetivos principales lograr generar una mejor calidad de vida a través de diversos medios como servicios, experiencias productos y demás; esto permite resaltar la aplicación del mismo en múltiples panoramas sin cerrarse a la percepción del Diseño Industrial como creador únicamente de productos tangibles, textos como el de Moles (1985) nos invitan a pensar si es verídico que el poseer un producto necesariamente cubre la necesidad del usuario, o si por el contrario la necesidad se cubre en conjunto con otros factores complementarios que generan la experiencia positiva del cliente. Este proyecto abre la visión hacia una variedad significativa de aplicaciones dadas desde el diseño que permiten la mejora en el ejercicio de la prestación de servicios turísticos de alojamiento.

Actualmente en Colombia, uno de sus diseñadores industriales más reconocido, Fredy Zapata, desde el Departamento de Diseño de la Universidad de los Andes, trabaja en el desarrollo de un proyecto de investigación llamado Pro Boyacá- Agroindustrial, que potencia el desarrollo turístico de una parte de sector turístico de Boyacá con el fin de generar modelos comerciales más justos y la promoción de algunos de los productos autóctonos del lugar

Ahora bien, por otra parte, el proyecto Makuruma - Palomino busca apoyar a los miembros de la Comunidad Indígena Arhuaca por voluntad propia han aceptado la invitación de Iván Darío Castro Pardo para hacer parte del mismo, para generar así una mediación entre los productos y servicios que realizan por medio de sus labores tradicionales y el comercio que se presenta en el Corregimiento de Palomino.

Marco Teórico

1. Economía Naranja:

1.1 ¿Qué es?

La Economía Naranja, surge del concepto de la economía creativa, ésta comprende aquellas industrias en las que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual, (industria cultural, creativa, de ocio, de contenidos y de entretenimiento), este tipo de economía está revolucionando el sector creativo ya que fomenta la incorporación de la cultura como fuente de conocimiento y de desarrollo económico.

Según el banco interamericano de desarrollo, esta puede definirse como aquella industria que abarca los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticas culturales, los servicios creativos y los deportes. Dentro de esta economía podemos encontrar

*tres categorías de clasificación: la primera son las tradicionales (cine, televisión, discografía, radio etc.) la segunda categoría se denomina como **otras industrias** (artes escénicas, conciertos, artesanías, turismo cultura, eco turismo, deporte, diseño etc.) y finalmente se encuentran las economías naranjas (multimedia, publicidad, software), se puede concluir entonces que el valor de un desarrollo perteneciente a esta economía está determinado según su contenido de propiedad intelectual. (finanzas, 2018).*

1.2 Colombia en el desarrollo de la Economía Naranja:

La denominada por el DANE como economía de la cultura, ocupa actualmente alrededor del 1,8% del P.I.B. Felipe Buitrago, actual consejero económico de la república de Colombia, señala que si se hace una aproximación, tomando la medición de las actividades relacionadas con propiedad intelectual, se encuentra que Colombia está por encima del 3,6% lo que muestra que el país si cuenta con un desarrollo significativo en este sector, y si se observa la evolución del país dentro de estas dos mediciones se puede entender que este sector ha venido creciendo ya que la interacción y el dinamismo con las tecnologías digitales le ha permitido generar una mayor participación en la economía nacional. (UN.Televisión, 2018)

El actual presidente de Colombia, Iván Duque es uno de los principales promotores de la incorporación de este pensamiento económico en el país, y es por esto que uno de los ejes de su campaña era la adaptación e incorporación de esta economía, para así lograr potencializar los muchos recursos culturales, sociales, intelectuales, tecnológicos, y demás del país que pueden influir en este nuevo concepto económico, y que generaría por fin la apropiación de mecanismos oportunos que nos pueden hacer más competitivos a nivel económico de forma global. (Duque, 2018)

Ahora bien, las labores tradicionales, a través de la evolución tecnológica y social, han venido perdiendo protagonismo, ya que gracias a esta evolución se ha demostrado que toda labor que se pueda sistematizar quedará mejor realizada por una máquina que por un ser humano; es por esto que el discurso de la creatividad se ha globalizado y campos como el investigativo y el económico empiezan a generar vínculos con esta que permiten un desarrollo colectivo.

La economía naranja parte del principio de la incorporación y desarrollo de una identidad, a nivel cultural, social, educativo, etc. que por ejemplo en los países latinoamericanos permite la potenciación y reorientación del uso de los recursos con los que esta cuenta.

Nos permite entender que globalmente hay una constante evolución que está generando nuevos motores económicos, nuevas formas de tratar y generar recursos, nuevos métodos de comunicar, de pensar, y de entender la correlación que existe entre distintos campos del conocimiento tradicional y del conocimiento creativo, y como juntos, pueden generar aportes importantes a nivel de desarrollo en distintas áreas del pensamiento colectivo e individual.

1.3 Correlación entre la Economía Naranja y la disciplina de diseño Industrial:

El profesor Miguel Rolando Ruiz, Docente de la escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia, responde en una entrevista realizada por “punto crítico” en relación a la economía naranja y su correlación con el diseño industrial; qué es importante entender cómo va a efectuarse la inversión en ciencia y tecnología, en desarrollo industrial, en modelos de educación creativa y demás factores que atañan al campo del Diseño Industrial desde la ley naranja. (UN.Televisión, 2018)

Ahora bien, actualmente Colombia es un país en vía de desarrollo, que no cuenta con una industria lo suficientemente robusta que respalde a cabalidad los avances que plantea la Economía Naranja que se pueden dar respecto a sectores como el del Diseño Industrial, aun así, es un país que tiene una gran cantidad de recursos culturales que, explorados desde el diseño, pueden generar resultados importantes en campos de desarrollo investigativo, social, creativo etc.

Es importante resaltar que la incorporación de un nuevo modelo económico en el país, conlleva un proceso de adaptación de las diferentes ramas que se ven afectadas o modificadas por este, es por esto que en el caso del Diseño Industrial que es un área relativamente nueva en el país, debe fomentarse desde la academia, el desarrollo de modelos creativos de educación que permitan potencializar la creatividad a nivel individual, grupal y social.

Buitrago también destaca que, dentro del programa de la economía naranja, se evidencia el vínculo que se espera tener con entidades como Colciencias, El SENA, Innpulsa Colombia y demás con el fin de promover generar un acompañamiento económico, e intelectual de desarrollo, que permita a aquellos pequeños emprendedores que se relacionan con el fundamento de esta economía, generar proyectos de investigación e incorporación de modelos de emprendimiento respaldados y potencializados en su totalidad. (UN.Televisión, 2018)

2. Mercados Verdes

2.1 ¿Qué son los Mercados Verdes?

Según la red cultural del Banco de la República de Colombia son mercados donde se tratan productos y servicios menos nocivos con el ambiente o derivados del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Están especializados en el aprovechamiento de los bienes y servicios que promueven el uso sostenible de los recursos naturales. (Enciclopedia banco de la república de Colombia, 2017). Este concepto día a día se fortalece, y da a entender que los consumidores contemporáneos apoyan el desarrollo de bienes y servicios que cumplan criterios de sostenibilidad social y ambiental, esto para Colombia se puede interpretar como una oportunidad ya que es uno de los países con más biodiversidad por metro cuadrado en el mundo

2.2 ¿Cómo se han incorporado los Mercados Verdes en Colombia?:

El ministerio del medio ambiente propone un plan estratégico que permite entender, cómo mediante la implementación de Mercados Verdes en Colombia se puede generar un desarrollo, industrial y comercial de manera menos contaminante y perjudicial.

Aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y de la biodiversidad:

Cubre toda la gama de productos obtenidos mediante la adecuada utilización de los recursos. Son: Productos naturales no maderables (aceites esenciales y oleorresinas, gomas y resinas, colorantes, pigmentos y tintes naturales, hierbas y especias, plantas medicinales, flores nativas poco comunes, frutos nativos poco comunes, fauna), agricultura ecológica, biotecnología, productos naturales maderables.

Eco productos industriales

Son aquellos bienes que en su proceso productivo resultan ser menos contaminantes al medio o generan beneficios al medio ambiente: productos manufacturados menos contaminantes, tecnologías limpias y equipos de mitigación de impactos, energías limpias, aprovechamiento de residuos y reciclaje, minería sostenible.

Servicios ambientales

Son los beneficios que la naturaleza proporciona al entorno para su equilibrio como el balance de acuíferos, la capa de ozono, la caza recreativa, parques naturales y atractivos paisajísticos. Estos se dividen en: servicios proveídos por el ambiente, como el turismo ecológico; y los servicios proveídos por el hombre para el ambiente, como educación ambiental, gestión integral de residuos sólidos, proyectos de infraestructura para el tratamiento de vertimientos y emisiones, consultoría ambiental, entre otros. (Enciclopedia banco de la república de Colombia, 2017)

Por medio de la implementación de este y del apoyo de entidades como por ejemplo Minambiente, se propone generar la incorporación de modelos de actividades desarrolladas bajo el concepto de negocios verdes en el país, para así lograr generar una disminución significativa en el daño ambiental que se genera por medio de la industria, es así como se entiende que por medio de este nuevo tipo de mercados con conciencia verde, se puede empezar a explorar e incursionar en la generación de productos industriales y demás, que no traigan consigo las consecuencias ambientales fatales a las que estamos acostumbrados; los Mercados Verdes

proponen lograr una generación de productos y servicios que partan de la idea central del cuidado del medio ambiente y de la generación de una huella mínima de carbono durante su proceso de construcción, es por esto que para la sociedad actual la incorporación de estos modelos, es fundamental, ya que van tomados de la mano con el desarrollo en campos como el tecnológico, investigativo y social.

2.3 Fundamentos verdes dentro del Diseño Industrial

El Diseño Industrial es uno de los campos disciplinarios, que más se relaciona con los procesos industriales y con la generación de productos y servicios; es por esto que su pertinencia en este contexto es total, el Diseño Industrial puede generar una correlación con los mercados verdes por medio de la incorporación de modelos propuestos por estos para la generación de proyectos, ya que las producciones industriales generalmente y hasta el momento en el país, no tienen del todo en cuenta impacto medioambiental que generan o lo han dejado pasar por alto; tal vez por el desconocimiento sobre la existencia de nuevas tecnologías y desarrollos que permiten la disminución de dicho impacto negativo.

Al pensar los desarrollos que se pueden generar dentro del campo del Diseño Industrial desde una perspectiva verde, se puede entender que el diseño no aporta únicamente desde la incorporación de modelos sino también desde la generación de los mismos, la experimentación e investigación que se puede generar a través del Diseño Industrial en este campo puede llegar a generar resultados complementarios que apoyen entonces también el desarrollo de tecnologías medios ambientales que permitan la conservación del entorno que nos rodea.

2. 4 Fairtrade en el Comercio Justo

Es una certificación de producto, un sello de garantía que funciona como distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Los productos que llevan el sello Fairtrade han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización productora, esta certificación tiene un alcance internacional lo que quiere decir que por un lado encontrará proveedores Fairtrade de todo el mundo y por otro lado puede vender productos con este sello en 58 países diferentes. Es una certificación exigente y justa tanto con los productores como con los comerciantes. Para poder ofertar productos con el sello Fairtrade con su propia marca al consumidor final es preciso registrarse en FLO-Cert, someterse regularmente a auditorías independientes, reportar las compras y ventas de productos Fairtrade y por supuesto comprar la materia prima en condiciones de Comercio Justo.



A cambio se obtiene un alto valor añadido: Su producto será reconocido como socialmente responsable, aceptado como tal por consumidores y AAPP, y se estará ofertando un producto bueno en todos los sentidos: socialmente responsable, respetuoso con el medio ambiente y de alta calidad. El proyecto va en búsqueda de acercarse lo más posible al cumplimiento de los requerimientos que exige este sello, nombrados anteriormente, ya que así se da garantía de los fundamentos del mismo, aunque no se pretende obtener el sello si se utilizan sus requerimientos como punto de partida para la propuesta conceptual del proyecto.

3. Comercio Justo:

3.1 ¿Qué es?

El comercio justo busca promover patrones productivos y comerciales responsables y sostenibles, así como oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores(as), campesinos(as) y artesanos(as) en desventaja económica y social, respecto a los actores dominantes en el mercado.

Este es un modelo comercial que pone en el centro a los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental; dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales. (CLAC, FAIR TRADE, 2019)

Muchas veces los intermediarios son quienes más se lucran dentro de los procesos de comercialización, afectando generalmente de forma negativa a los pequeños productores que son quienes quedan en desventaja a la hora de comercializar, es por esto, que la incorporación de

conceptos como el de comercio justo, permite abrir la visión ante esta situación y mediar para que este tipo de problemáticas no se sigan presentado dentro del comercio en general.

El Comercio Justo es una alternativa al consumo habitual, es responsable tanto con el medioambiente como con las personas, lo que se quiere es que los pequeños productores tengas condiciones dignas de trabajo.

3.2 Comercio Justo ¿Se ve integrado en los modelos de comercio colombiano?

Actualmente en el país se ha generado un grupo de alrededor de unas 140 organizaciones desarrollando mercados más que todo a nivel internacional en productos como café, cacao y banano, aunque aún hay deficiencias sobre lo que se puede entender y mostrar como comercio justo en el país, internamente, no se están desarrollando mayores avances en este sentido, pero es algo que se debe implementar de forma urgente, actualmente se cuenta con una red que se llama “la iniciativa colombiana de pequeños promotores del comercio justo” donde se encuentran 100 organizaciones base, que intentan promover el desarrollo de este dentro del país. (Pontifica Universidad Javeriana, 2016)

A nivel local, también se piensa que es oportuno gestionar la implementación del pensamiento del comercio justo desde la academia, desde las universidades se pueden presentar estas alternativas de pensamiento a sus estudiantes generando interés y desarrollos en torno a él.

3.3 ¿Por qué es importante el Comercio Justo?

Rigoberto Contreras Díaz, caficultor mexicano dice en una entrevista realizada por estudiantes de la University of San Diego que él entiende el comercio justo como la relación entre las personas, es una acción que lo ha dignificado como persona y ha traído consigo cambios económicos, sociales, culturales y de identidad, dice que se ha desarrollado como ser humano. (CRS, 2019)

El Comercio Justo, es un sistema comercial que pretenden de establecer modelos de comercialización equitativos, es por esto que es un tema de interés para diferentes actores de la economía, hablando particularmente de los pequeños productores, es de resaltar que este sistema le permite por fin recibir algo de ganancia frente a la producción que realiza, ya que bajo los modelos actuales el que menos gana es el campesino que realiza todo el proceso para la generación de la materia prima; ahora bien, es necesario mostrarle al campesino apoyo y valorización sobre su trabajo ya que las condiciones actuales, se han generado altos índices de desertión de las nuevas generaciones ya que han notado que el trabajo en el campo no tiene altos niveles de apoyo ni desarrollo; en este punto el comercio actúa como mediador, para recuperar 1. El valor del trabajo del campesino y 2. El interés en las nuevas generaciones de realizar trabajos en este sector.

3.4 Diseño Industrial como potenciador del comercio justo

El Diseño Industrial es un área que fácilmente puede incorporar la modalidad del comercio justo ya que a través de este se puede gestionar el desarrollo de proyectos en diferentes ámbitos donde también se trabaja en grupos colaborativos con pequeñas industrial y pequeños productores, el Diseño Industrial también puede actuar como mediador del comercio justo para generar así igualdad y equidad dentro del proceso de comercialización de los productos.

El Diseño Industrial también puede intervenir teniendo en cuenta que los procesos de industrialización muchas veces no tienen en cuenta a los pequeños productores.

En la percepción actual que se tiene del diseño en general es más que viable la creación de productos con un menor impacto ambiental y social, donde uno de los principales motores de desarrollo sea la equidad para todo aquel que haga parte de desarrollos de Diseño Industrial y Comercio Justo.

4. ¿Qué es el Desarrollo Local?

Se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad. Se consideran potencialidades endógenas de cada territorio a factores económicos y no económicos, entre estos últimos: los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc. Todos factores también decisivos en el proceso de desarrollo económico local. (EcuRed, 2019)

Bajo esta noción, se puede definir el desarrollo local como el proceso de transformación de la economía y de la sociedad local, orientado a superar las dificultades y retos existentes, que busca mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados, para el aprovechamiento más eficiente y sustentable de los recursos endógenos existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento empresarial local y la creación de un entorno innovador en el territorio.

4.1 Desarrollo Local en el contexto colombiano

El país en los últimos 10 años ha transformado su sociedad, es una sociedad muy emprendedora, cada vez se presenta más fuerte frente a los cambios, más adaptada al modelo de globalización y lista para adaptar los métodos de la nueva economía. (Galleja, 2015).

Lograr conseguir una buena relación entre los sectores rurales y los sectores urbanos, es lo que llama a seguir implementando buenas alternativas, productos de calidad desde el campo, que puedan ser distribuidos y comercializados a nivel nacional; con la incorporación del desarrollo local se pueden generar otro tipo de competitividad, y de oportunidades, la idea es lograr que la gente de las áreas rurales no migren a las ciudades para que el desarrollo y producción en el campo crezca y no decaiga, hay una variedad sin fin de productos nacionales que tienen mucho potencial de comercialización como café, productos amazónicos, desarrollos tecnológicos en fruticultura, renovación urbana, turismo rural, artesanías con identidad etc. Es por esto que potencializar áreas de la economía como el desarrollo local en el país es de suma importancia.

Con base en los recursos de poder blando de los que dispone Colombia, se conduce al fortalecimiento de las capacidades de acción exterior del país, para dar a conocer su identidad y

cultura a nivel global, y para proyectar de forma innovadora los intereses nacionales en nuevos escenarios y con nuevos interlocutores. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Colombia cuenta con una riqueza impresionante en biodiversidad y recursos naturales, es un país en vía de desarrollo que también cuenta con un lineamiento tecnológico avanzado y que tiene todo el potencial para lograr generar una estabilidad e igualdad económica interna.

Debemos trabajar en el desarrollo de estudios e instrumentos económicos y financieros que propicien cambios de comportamiento de los actores que hacen uso de los recursos naturales y que sirvan para financiar la gestión ambiental, Además, se deben desarrollar lineamientos de política e instrumentos para dinamizar la generación de una oferta de bienes y servicios a partir del uso sostenible de los recursos naturales que sean funcionales a la generación de oportunidades económicas del país. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2019).

4.2 El Desarrollo Local como medio generador del Diseño Industrial

El Diseño Industrial como bien se entiende, es una disciplina social, en la que todos los resultados a los que se llegue, van a tener, por ende, una connotación en la sociedad o contexto en el que se desarrolle, por ende, es importante entender que el Desarrollo Local es una herramienta que se puede emplear mediante el diseño con el fin de incorporar valores agregados a sus resultados, para así lograr implementar nuevos modelos de mercado y comercialización de alcance nacional.

“Partiendo de la realidad contextual como escenario para pensar de manera sustentable el acto de proyectar productos industriales, así como teniendo en cuenta los planteamientos del desarrollo sostenible y del diseño con responsabilidad social y ambiental, este texto reflexiona acerca de estas temáticas y los nuevos roles del diseñador. Actualmente, la

preocupación se está centrando en el diseño de productos industriales eco amigables, junto con el desarrollo de certificaciones y sistemas de gestión ambiental. El eco diseño es una metodología para el diseño de productos industriales que tiene en cuenta el medio ambiente como una variable adicional a otras tradicionales” (Universidad Católica de Pereira, 2014)

Es así como mediante el Diseño Industrial se pueden modificar ciertos modelos de comportamiento social a través de la incorporación y transmisión de conocimiento científico, tecnológico, empírico, sensorial y experiencial; este puede ser un instrumento que se emplee a través de desarrollo local para lograr generar una mediación en los proceso de desarrollo que no tienen bien caracterizados sus fines o medios de producción y desarrollo, teniendo en cuenta que el diseño contemporáneo debe apreciar un sinnfín de aspectos para ser considerado diseño de calidad.

Ahora bien, fomentar la incorporación de nuevas tecnologías que nos permitan obtener mejores resultados dentro de lo que es el desarrollo local, también se pueden llegar a generar cambios culturales, económicos y sociales de impacto, a nivel económico por ejemplo, al permitirle al país desarrollarse internamente se podrán abrir oportunidades de exportación de productos de mejor calidad, mayor porcentaje de exportación de servicios, potencializar los mercados internos que realizan productos que ya son fuertes en el mercado pero que la falta de un Comercio Justo ha impedido que tengan reconocimiento y lucro por su labor.

5. Turismo

Generalmente dentro del mundo de la industria los cambios no son tan rápidos como los que se han visto en el sector del turismo; Cuando las comunidades y los países descubrieron sus ventajas económicas y unieron sus esfuerzos para aprovechar sus potencialidades, el turismo dio lugar, repentinamente, a vigorosos negocios, a intercambios internacionales y a una mega industria global. El turismo se desarrolló en poco tiempo y enseguida pasó a ocupar el segundo lugar después del sector petrolífero, más tarde lo igualó y después consiguió rebasarlo hasta el punto de que ya es la primera industria del mundo. Al mismo tiempo, se hicieron esfuerzos para desarrollar un cuerpo de conocimientos con capacidad para comprenderlo y para orientar su planificación y desarrollo en todas las fases y en todos los ámbitos: en el local, el regional y el internacional; el turismo entonces, es una industria grande, con mucha variedad y con mucha acogida dentro del mercado; existen muchos tipos de turismo, como por ejemplo el turismo natural, el turismo de playa o turismo cultural.

5.1 Turismo en Colombia

Entre enero y Julio de 2019, han llegado al país 2.513.261 visitantes no residentes, un 3,4% más que en 2018.

“El país sigue ganando terreno como uno de los mejores destinos turísticos este año. Hoy, en el marco de la celebración del Día Mundial del Turismo y con los reconocimientos obtenidos, se evidencia el buen momento del sector”. (Portafolio, 2019)

Hace algunos años Colombia ha ido creciendo en el sector turístico hasta convertirse en uno de los países más concurridos de Latinoamérica por visitantes extranjeros, el estilo de vida que se lleva hoy en día, las formas de relacionarse, de interacción, de estudio y demás han generado que el viajar sea un eje para el desarrollo personal, es por esto, que el país se ha ido acoplado a las modificaciones sociales, tecnológicas, de infraestructura y demás que se deben tener en cuenta para potencializar el sector.

“En términos de infraestructura turística se están poniendo en marcha proyectos para hacer de Colombia un destino más competitivo. En el primer semestre de 2019, el sector del turismo recibió US\$ 573 millones en inversiones, 2,8% más que en mismo periodo de 2018, según la Balanza de Pagos del Banco de la República. Además, durante 2019, han llegado 67 hoteles al país con 8.339 habitaciones aproximadamente. Además, según el Dane, en 2018 el sector turismo generó 1.974.000 empleos, aportando el 8,8% del total de puestos de trabajo. Los puestos fueron en sectores relacionados al turismo: alojamiento, restaurantes, transporte, esparcimiento y agencias de viajes”. (Portafolio, 2019)

Las cifras evidencian el crecimiento en este sector que claramente hace un aporte significativo a la economía y desarrollo de Colombia, Se propone un turismo con una riqueza natural, paisajística, cultural y social que llama al visitante extranjero a disfrutar del mismo.

5.2 El Diseño Industrial inmerso en el Turismo

El Diseño Industrial se puede ver involucrado en diferentes campos de desarrollo para las mejoras competitivas de diferentes entornos.

“Según la diseñadora industrial Beatriz Galán «...el diseño al gestionar los aspectos simbólicos, registra las diferencias, da visibilidad a estas iniciativas y mejora los aspectos tecnológicos. Para construir estrategias de diferenciación, el diseño busca activamente los comportamientos que van en concordancia con las ideas con valor de sustentabilidad ambiental y social». (Diseño Industrial y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay, 2016).

La visión desde la cual se el Diseño Industrial puede abordar la cadena de valor del turismo se centra en posicionarse desde las necesidades del turista como usuario de servicios, productos, sistemas, redes y experiencias. El desafío es lograr interpretar las necesidades del territorio, conocer su geografía, sus actores (tanto los locales, como los que visitan la región y utilizan los servicios que esta ofrece). Recorrer la oferta turística, ponerse en el lugar del visitante, analizar los datos disponibles, complementar lo observado con lo hallado en internet y en otros medios, analizar las distintas cadenas de valor del territorio, las industrias que allí se encuentran, el potencial que tiene cada país, cada ciudad y la posibilidad de complementarse y ofrecer una propuesta capaz de generar valor tanto para el visitante como para el habitante de la región.

El Diseño Industrial puede lograr aportar al turismo características fundamentales para el desarrollo de su sector, ya que es capaz de estudiar, analizar e indagar sobre requerimientos que muchas veces no son vistos desde otras disciplinas

5.3 ¿Qué es turismo ecológico?

Marcelo Iñarra Iraegui integrante de la fundación Vida Silvestre Argentina, propone la siguiente definición:

“El ecoturismo consiste en la realización de un viaje a un área natural con el objetivo de interpretar, admirar, gozar o estudiar el entorno natural, o específicamente alguno de sus componentes faunísticos y geológicos, así como también cualquier manifestación cultural presente o pasada. Los medios para cumplir con este objetivo deben estar en un todo de acuerdo con las metas de la conservación de la naturaleza”. “Nace como una nueva actividad que rechaza el turismo convencional y masivo, en el mismo se evidencia una real preocupación por mejorar la calidad de vida, cuidar el medio ambiente y vivir experiencias más auténticas”.
(toselli, S.f)

5.4 El ecoturismo en Colombia:

“Colombia posee un gran potencial natural y étnico, que se manifiesta en su riqueza hídrica y su diversidad biológica, eco sistémica y cultural, que requieren para su protección, actividades de preservación, uso, manejo y aprovechamiento sostenible, siendo el ecoturismo la mejor estrategia para su implementación. Por ello el gobierno nacional ha encaminado sus esfuerzos en desarrollar este tipo de turismo, que permite abrir nuevas posibilidades económicas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de la población, protegiendo al mismo tiempo el medio ambiente”. (Molina, 2011)

Es uno de los países más ricos en biodiversidad y fauna, Colombia presenta una alta variedad biológica, por lo que es considerado el segundo país mega diverso del mundo y en torno a esto se ha ido generando una conciencia interna que va creciendo sobre el valor que tienen estos recursos naturales.

“El gobierno nacional consiente de que el país no podía marginarse de este proceso que cobra gran fuerza internacional, ha venido preparando de manera gradual pero efectiva las condiciones para encaminar el país por los caminos del ecoturismo, Dentro del amplio panorama de potencial de uso de la biodiversidad en el país, nace la iniciativa de la Red de Turismo Sostenible de Colombia, buscando responder a la construcción de las bases conceptuales de la actividad turística, para que sea desarrollada bajo los lineamientos de la responsabilidad ambiental y social. En 1996 se crea la ley general de turismo que le da relevancia al ecoturismo como uno de los tipos especializados de turismo en los cuales el país está empeñado en crear ventajas competitivas” (Molina, 2011)

El plan estratégico de ecoturismo en el ámbito nacional, identifica unas áreas temáticas prioritarias aplicables en nuestro país y establece los lineamientos preliminares para un trabajo conjunto de planificación y desarrollo regional y local. El plan sectorial de turismo 2002-2006 “Turismo para un nuevo país”, contempla una visión 2020 para el sector en la cual el ecoturismo, siguiendo las tendencias internacionales, es uno de los siete productos

fundamentales en los cuales el país concentrará sus esfuerzos en las próximas décadas” La “política nacional para el desarrollo del ecoturismo”, divulgada en el 2004, contiene los elementos fundamentales para el desarrollo de esta actividad, proponiéndose fortalecer y diversificar la actividad ecoturística teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, y una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural El plan sectorial de turismo 2007-2010, “Colombia destino turístico de clase mundial” con relación al ecoturismo plantea que “Se trabajará tomando como eje esencial las áreas protegidas en las cuales se han realizado procesos de concesión de los servicios en tanto que ofrecen mejores estándares para el turismo internacional” (MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO, 2007-2010) .

5.5 El etno-turismo:

El etnoturismo surge como una modalidad de turismo, que, en medio de un discurso rural, cultural y ecológico, está basado en la suma de actividades realizadas en territorios indígenas. En este tipo de turismo, son las propias comunidades las que interactúan con los visitantes en busca de una virtualización de tradiciones y conocimientos, en la que se conjugan saberes universales, ancestrales y lógicas de mercado. (JARAMILLO, S.f)

Según Magdalena Morales, en su artículo “¿Etnoturismo o turismo indígena?”, “el etnoturismo se refiere a las actividades que pueden realizar los turistas y sus alcances por medio de los encuentros con pueblos indígenas” (2008, p. 123).

5.6 El etno-turismo en el Colombia:

“En Colombia, la península de la Guajira es un departamento con una riqueza multicultural diversas, por las diferentes etnias que residen en su territorio, convirtiendo al departamento en el segundo del país con mayor población indígena (40%)”, en contraste es también uno de los departamentos más pobres de la nación, por ello el etnoturismo ha sido definido de manera estratégica como una de las apuestas del desarrollo económico departamental con el fin de mejorar la calidad de vida de las poblaciones indígena. Mediante la utilización en sus atractivos y valores culturales. (El impacto del turismo en comunidades locales, 2015)

El ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia orienta desde sus políticas para el sector del turismo un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, conjuntamente con la participación activa de las comunidades de un destino, así se busca que el turismo sea una herramienta de conservación y de gestión, facilitando el intercambio entre visitantes y residentes, valorando responsablemente los recursos naturales y el patrimonio cultural, proporcionando el compromiso social en los agentes relacionados con el turismo, generando situaciones justas y neutrales entre los actores comprometido; potenciando el fortalecimiento del capital social de los diversos destinos turísticos. Colombia es un país que aún conserva una cantidad significativa de pobladores pertenecientes a etnias indígenas, una riqueza que se debe cuidar y potencializar, por eso, es importante elaborar propuestas que permitan el desarrollo en conjunto de estas comunidades con la sociedad del resto del país, generando un apoyo al sano desarrollo de sus tradiciones, cosmovisión, cultura y legados y brindado además la posibilidad de obtener beneficios económicos al reconocer y exponer sus saberes

6.Makuruma- Palomino

Makuruma – Palomino es un proyecto que vincula diferentes conceptos, en este capítulo se resalta la relación que hay entre el proyecto y los términos, conceptos, análisis y relatos aclarados anteriormente.

6.1 Makuruma, un aporte a la Economía Naranja:

Felipe Buitrago, señala que para poder generar una industria robusta en una época como la actual, es fundamental tener buen diseño, ya que éste hoy en día es uno de los determinantes del comercio internacional en Colombia, y uno de los elementos centrales de lo que la economía naranja reconoce como industrias creativas, que nos permiten a su vez generar distinción y un valor agregado respecto a la apropiación de una identidad. (UN.Televisión, 2018).

Es preciso inscribir el proyecto Makuruma - Palomino, dentro de este modelo económico ya que cumple con diversas características pertenecientes a él, como lo son: La muestra cultural, el desarrollo creativo, la integración de diferentes líneas profesionales y la generación de propiedad intelectual. Así mismo, Makuruma – Palomino busca transmitir parte de lo que han sido las raíces de nuestra cultura, de nuestra sociedad y también de nuestra identidad, basándose en la idea de generar un servicio que le permita al usuario, tener una noción de lo que los indígenas Arhuacos de la Sierra Nevada de Santa Marta entienden como territorio y cómo es su interacción con el contexto que los rodea.

La intención es lograr generar principalmente en el turista un entendimiento a modo de experiencia de lo que es nuestro valor agregado como cultura, de nuestra simbología, y demás elementos que se tendrán en cuenta dentro de este servicio que se convierte entonces, en un servicio de exportación; ésta no trata únicamente elementos tangibles, sino que también incluye elementos intangibles, la exportación de servicios puede darse tanto al generar un servicio para

público extranjero como también al haber generado un modelo de servicio replicable dentro de diferentes contextos y países.

A través de la incorporación del diseño en esta área de la exportación se busca quitar esa idea marginal que se tiene sobre el papel del mismo dentro de la comercialización económica y hacer que se convierta en el elemento central de lo que hace la industria competitiva a nivel global.

El proyecto a la par realiza un proceso intelectual, que pretende convertirse en un elemento de apoyo para la teoría sobre la incursión del Diseño Industrial dentro del campo del turismo en Colombia, ya que, actualmente no es mucha la teoría de respaldo que existe en el país respecto a esta correlación, entendiendo que esta puede llegar a generar resultados increíbles en cuanto a diseño, turismo y desarrollo local.

6.2 Desarrollo de conceptos verdes dentro del proyecto Makuruma - Palomino:

La implementación de tecnologías ambientales como el uso de energías limpias, baños secos, tratamiento de aguas residuales, manejo y control de los residuos generados; así como la puesta en escena de campañas de educación ambiental y el desarrollo de brigadas de reforestación en la cuenca, son puntos que el proyecto tiene planteados para ser implementados como parte primordial de la generación del mismo, es por esto que Makuruma - Palomino busca inscribirse dentro de la modalidad de proyecto verde ya que considera que es fundamental generar un modelo de funcionamiento que sí produzca un aporte a la economía dentro de la categoría de economía cultural, pero que también aporte de cierta forma a lo que refiere al cuidado del medio ambiente.

6.3 Makuruma - Palomino incorpora modelos de Comercio Justo:

Uno de los principales componentes del proyecto Makuruma - Palomino es la opción de generar un puente comercial efectivo para los productos propios del pueblo indígena Arhuaco.

Ya que al igual que los pequeños productores de café ellos se ven afectados por la desigualdad monetaria que hay al momento de repartir las ganancias generadas por los productos que ellos realizan, en conclusión, Makuruma busca llegar al usuario a partir de una experiencia generada en gran medida por artículos propios generados por el grupo de indígenas Arhuacos valorando tanto productos de la talla generados por los hombres y del tejido, como las mochilas generadas bajo el pensamiento de la mujer, el usuario, tendrá acceso inmediato a estos productos ya que se proyecta que estén expuestos en los mismos lugares que frecuentarán durante su estadía en Makuruma. Teniendo así la opción de adquirirlo con inmediatez, este es el principal factor en el que se tendrá en cuenta la incorporación del concepto de comercio justo, pero es un concepto que abarca en su mayoría la concepción que se tiene del comercio en todas sus ramas dentro de este proyecto.

6.4 Makuruma - Palomino, un proyecto que incorpora el Desarrollo local

Dibulla es un Municipio que pocos habitantes de Colombia frecuentan o tan si quiera conocen, hace poco, las cifras de turismo en este corregimiento específicamente en Palomino han ido aumentando considerablemente según el POT de este Municipio, el problema, nombrado también en este documento, es que el turismo que hay actualmente es descontrolado y nocivo ya que no se tienen en cuenta muchos factores a los que se les debería dar más valor en el desarrollo de esta práctica. por ejemplo, las tribus indígenas que habitan en esta región y sus productos artesanales como agricultura, talla y tejido actualmente no se valoran en consecuencia a su

calidad y proceso de elaboración, como también la riqueza natural que hay acá, y que además es muy variada (Mar, Ríos, Selva, Playa) y diferentes aspectos que hacen que este territorio sea llamativo para el visitante extranjero, el proyecto en este sentido tiene tres fines, el primero el lograr transmitir al público extranjero una noción de nuestra cultura, sociedad, tradiciones, saberes y nociones indígenas sobre territorio, para así lograr exportar conocimiento y ofrecer un servicio que les permita entender un poco el desarrollo de nuestra sociedad; el segundo, es lograr captar la atención de público nacional para fomentar el desarrollo de este modelo de servicio no solo en el corregimiento de Palomino, sino que también en diversas zonas rurales o urbanas, turísticas del país. Por último, se desea lograr implementar un modelo de servicio que sea viable y sustentable para todas las partes o actores, teniendo en cuenta factores como el ambiente, el social, cultural, económico y demás que promueven el desarrollo de esta comunidad.

Se plantea incorporar campañas de conciencia social y ambiental dentro de este territorio con el fin de generar un apoyo significativo en el desarrollo del mismo y el beneficio de sus habitantes. Uno de los materiales que se incorpora principalmente en el diseño de Makuruma - Palomino Glamping son elementos constructivos elaboradas a partir de plástico recuperado ya que Palomino es un corregimiento con algunas problemáticas relacionadas con los servicios públicos y el servicio de aseo, la recolección de basuras por ejemplo, no es tan frecuente como debería serlo, es así que se plantea la incorporación del plástico desechado dentro de este territorio a la realización de las piezas utilizadas para parte de la construcción del glamping con el fin de lograr un aporte a la comunidad y al medio ambiente, el poblador tendría que recolectar los desechos inorgánicos que produce y entregarlos de forma remunerada para la realización del proyecto, es así como se logra obtener el plástico recuperado del territorio.

6.5 Área de desarrollo turismo Makuruma - Palomino:

6.5.1 Ecoturismo Makuruma - Palomino:

La orientación del proyecto hacia el eco turismo repercute en la generación de una estrategia de responsabilidad ambiental corporativa que está dada a partir de la implementación de tecnologías ambientales como el uso de energías limpias, baños secos, tratamiento de aguas residuales, manejo y control de los residuos generados; la implementación por ejemplo de conceptos como el de los mercados verdes, que sirven como eje fundamental para el planteamiento de utilización de energías medioambientales, aprovechamiento sostenible de recursos naturales, implementación de desarrollos verdes, como eco productos industriales y aprovechamientos de materiales reutilizados; en este caso se plantea por ejemplo la recolección de empaques plásticos que a través de un proceso industrial se convertirán en la materia prima para la fabricación de vigas, listones y demás que serán incorporados dentro del desarrollo técnico y estético del glamping, reemplazando así recursos naturales como la madera y evitando su utilización innecesaria e incorporando un material que surge del aprovechamiento y reciclaje. Así como la puesta en escena de campañas de educación ambiental y el desarrollo de brigadas de reforestación con especies nativas del lugar en la cuenca.

En este momento ya se han implementado proyectos similares como por ejemplo “*minca ecohabs*” donde “*Las cabañas se enfocan en permacultura, bio construcción, desarrollo humano y en dar un espacio para la formación ambiental. Está ubicado en Minca, capital ecológica y cafetera de la Sierra Nevada, a 14 Km, o 35 minutos de Santa Marta, a 650 msnm; ofrece servicios de Alojamiento en habitaciones ecológicas o Ecohabs, Huerta orgánica, Senderismo*

ecológico y kiosco mirador, Eventos ecológicos educativos y Actividades eco turísticas” (Uniquel Colombia, 2019). Evidenciando cómo es posible lograr el desarrollo de servicios turísticos de alojamiento fundamentándose en recursos que sean amigable con el ambiente.

6.5.2 Etno- turismo Makuruma- Palomino:

Desde el punto de vista del etno turismo, este proyecto propone al huésped la oportunidad de realizar una inmersión en el contexto de la cultura tradicional del pueblo indígena Arhuaca. Las interacciones propuestas entre visitantes y representantes de esta comunidad ancestral, se darán a partir de inmersiones guiadas en el territorio ancestral y conversaciones en torno a la concepción indígena del mismo, el sistema de significación de acuerdo con su tradición y el saber vivir; así como la realización de actividades basadas en sus saberes, usos y oficios. Adicionalmente con el proyecto se propone la opción de generar un puente comercial efectivo para los productos propios del pueblo indígena Arhuaca esto a partir de la implementación de conceptos como el de “comercio justo” del que se incorporará por ejemplo la noción de “mercado igualitario” que permitirá y apoyará el desarrollo de las artesanías realizadas por los indígenas Arhuacos de esta región, generando patrones comerciales que centralicen al indígena, así como la sostenibilidad ambiental, social y económica, permitiendo la dignificación del trabajo. Un referente interesante es el Refugio Etnoturístico SAU IPA que se encuentra ubicado en El cabo de la Vela- La guajira, que combinación la tranquilidad, una hermosa vista y resalta la tradición de la comida típica Wayú. Anexo 1.

7. Generación de experiencia

7.1 El significado:

“al integrar el significado en el proceso de investigación, diseño, desarrollo e implementación de un producto o servicio, este se convierte en el atributo más importante y además el más poderoso”. (Shedroff, 2005).

Al generar un servicio que se centra en la experiencia del cliente, se deben tener claros ciertos parámetros a desarrollar para lograr generar el impacto que se desea al presentar el servicio al usuario. Se tienen en cuenta principalmente 5 ejes:

- **Significado:** Es el punto de conexión más profundo con el cliente, en este punto se genera una comprensión común de significados básicos que personas de todas partes del mundo, podrían entender. los significados generan emociones diferentes, creando aún más variedad para que las organizaciones descubran y desarrollen y aunque como señala Shedroff, no se puede crear significado, si es posible evocarlo.
- **Identidad:**” Al conectarse con las identidades de las personas se debe responder a la pregunta “¿Soy yo?” (Shedroff, 2005) es decir que se debe generar una conexión directa entre el producto o servicio y el usuario.
- **Emoción:** Siempre que un cliente adquiere un producto o servicio pasa dentro de un contexto emocional y éste suele ser tan poderoso, que pueden llegar a adquirir cosas no satisfacen sus necesidades de función y precio. “Las emociones ayudan a los clientes a responder la pregunta “¿Esto me hace sentir bien?” (Shedroff, 2005)

- Precio: La gente suele mostrar preocupación ante el precio o el valor. Las compañías también se enfocan en el precio y, algo menos, en entregar valor desde la perspectiva del cliente. Responde a la pregunta “¿Vale la pena?” (Shedroff, 2005).
- Función: “La pregunta más básica que alguien puede hacer al evaluar un producto, servicio o experiencia es “¿Hace lo que yo necesito que haga?” (Shedroff, 2005), aunque contextualizándolo dentro de un plano contemporáneo, este no es uno de los valores que rigen las decisiones de los clientes ya que no siempre los productos o servicios con mejores características son los más exitosos.

Parafraseando a Shedroff se puede decir que al igual que nuestras identidades, nosotros construimos significados en un contexto social, en cooperación con otros, el significado es una construcción compartida, siendo este relevante y contextual dentro de la cultura. La investigación con clientes nos muestra que el significado es el mismo para todos en cualquier sociedad, pero la manera en que se expresa y cuáles significados son prioritarios, varía con cada cultura, ahora bien, el significado es un detalle psicográfico, por lo que técnicas de investigación de diseño como la etnografía son más apropiadas que las tradicionales utilizadas por el marketing.

7.2 La Amplitud:

Es la consistencia apropiada a través de los múltiples puntos de contacto en los que el cliente interactúa con el producto, servicio o experiencia de la empresa. La mayoría de los hombres de negocios ya están familiarizados con la Amplitud; por ejemplo, “experiencia de marca” y “puntos de contacto con el cliente”

7.3 La Intensidad

Qué tan aparente es la experiencia en nuestra atención y conciencia

7.4 La Duración:

En este punto se aclara el flujo del tiempo que se plantea para la experiencia del cliente, va determinado dependiendo del contexto en el que se brinda la misma, el mensaje que se espera transmitir al usuario, el entorno en el que representa la experiencia, el tiempo que se plantea tiene destinado el usuario para esta actividad y el tipo de experiencia que se desea brindar, Al desglosar estos requerimientos se entienden las características que se deben implementar a partir del tiempo que puede durar la dicha experiencia.

7.5 Detonantes

Los detonantes se definen entre los variados elementos sensoriales de forma, textura, color, sonido, olor, sabor, etc. que comunican la experiencia y “disparan” el significado previsto).

7.6 Interacción

Ésta puede ser de modo pasiva, activa o interactiva hacia la experiencia del cliente.

depende netamente de cuál es la intención al generarla experiencia, ya que dependiendo del objetivo de la misma se puede determinar cuáles deben ser sus características, por ejemplo si el cliente debe proporcionar esa interacción o si por el contrario la experiencia direcciona al usuario y este inconscientemente es dirigido hacia la experiencia por medio de la puesta en escena de la misma, o si en últimas se pretende generar una interacción que sea de parte y parte, es decir, el usuario toma decisiones sobre como presentará la interacción con el producto o servicio pero a su vez las posibilidades han sido delimitadas en su planteamiento.

7.7 Experiencia turística:

Hay un factor en común entre los viajeros, que va más allá de las motivaciones propias de la edad, incluso de lo que puedan entregar las nuevas tendencias en destinos, y que trasciende el simple hecho de adquirir un servicio de alojamiento o de alimentación. Esto tiene relación directa con “vivir experiencias diferentes”, las cuales aporten emociones sensoriales inolvidables y únicas para sus vidas, ya que, en la mayoría de los casos, tienden a ser cotidiana y rutinaria. *¿Pero qué es una Experiencia?* este término es amplio, pero basándonos en la de un turista, se podría decir que es la sensación positiva o negativa que le genera interactuar de manera tangible o intangible con un producto o un servicio. (Entorno turístico, 2019)

1. ¿Qué elementos conforman un sistema de experiencia turística?

- Presentación.
- Desarrollo
- Clímax.
- Desenlace

2. ¿Qué características posee un “experiencia turística” diferente?

- Articular bienes y servicios habituales y acordes a la propuesta central.
- Vinculación e interacción con el entorno.
- Incorporar un lineamiento de presentación de elementos que conforman la experiencia bien lograda.
- Trabajar en pos de generar diversas emociones y sensaciones.
- Integrar todos los sentidos.

3. ¿Qué debo considerar para crear un sistema de experiencias, paso a paso?

- Identifica y conoce a tu público, entorno y competencia.
- Define cual será la base de la experiencia.
- Define los roles y las acciones.
- Implementar una distribución organizacional y estructural adecuada.
- Crear un plan de promoción.
- Genera herramientas de evaluación y mecanismos para su corrección.

4. ¿Qué beneficios puede entregar un buen diseño de experiencias?

- Orientar tu oferta a las necesidades de tu público objetivo.
- Diferenciar y dar mayor valor a tu producto.
- Mayor satisfacción y memorabilidad a los visitantes.
- Mayor reconocimiento y fidelización de parte de los visitantes.
- Mayores ingresos económicos.

Tomado de: (Entorno turístico, 2019)

8. Pueblo indígena Arhuaco.

El pueblo indígena Arhuaco o Iku como ellos se autodenominan, está ubicado en el litoral Caribe colombiano, este es uno de los pueblos indígenas más conocidos en el país; tanto por su activa participación en los procesos de lucha por el reconocimiento de los derechos colectivos de los pueblos indígenas como por sus inconfundibles elementos de identidad como son la lengua, sus viviendas, su mundo ideológico y sus guías espirituales así como su mochila que es declarada símbolo cultural de la nación colombiana (Mincultura, s.f.)

Su territorio ancestral abarca toda la vertiente sur y occidente desde los picos nevados hasta el pie de monte entre los ríos Guatapurí en Valledupar y Mamatoco, en Santa Marta, también hay familias que han emigrado a el Departamento de la Guajira, así mismo el pueblo Iku abarca el 1,59% de la población indígena de Colombia.

Es un grupo significativo de integrantes de las comunidades indígenas colombianas además de esto dentro de los grupos indígenas nacionales es uno de los que más ha conservado sus costumbres y tradiciones a pesar de la intervención e incorporación de algunas nociones occidentales.

8.1 Territorio desde una noción indígena

El pueblo Iku tiene principalmente tres resguardos, el Kogui – Arhuaco - Malayo es el más grande de estos con un área total de 381.267 hectáreas, Específicamente en la lengüeta que se encuentra bajo el domino Arhuaco en la vertiente norte sobre el mar caribe y se ubica entre los río Palomino y Don Diego para los Iku, el territorio no es como se entiende en el mundo occidental una simple cantidad de tierra, sino que por el contrario el territorio es un todo que le da sentido y fundamento al pensamiento indígena.

“El territorio como un todo en donde residen seres vivientes y no vivientes de orden materia y espiritual, el donde nace y se desarrolla la vida, se considera como a base mayor en donde reposan las leyes espirituales que gobiernan la correlación, la contribución y el abastecimiento de las utilidades; es decir, a través del territorio se estructura la lógica de correlaciones entre las diferentes sociedades o grupos humanos, tanto en el ámbito materia como en el espiritual”. (Mincultura, s.f.)

Ahora bien, algo que cabe resaltar es que los territorios indígenas siempre han sufrido repercusiones en los conflictos de las fuerzas armadas de estado, han sido víctimas de la explotación de recursos naturales, de conflictos entre diferentes grupos subversivos y demás situaciones externas que no deberían implicarlos, ahora actualmente hay un proceso de fortalecimiento organizativo que ha proporcionado a pueblo Iku autonomía y desarrollo.

8.2 Cosmovisión indígena

Aunque es de reconocer que la cultura Arhuaca es una de las tribus indígenas colombianas que más conserva sus tradiciones y costumbres, también han existido muchos elementos de la cultura occidental que se han filtrado y han empezado a hacer parte de su cultura, se encuentra que hay varios elementos que simplemente han adaptado a su cultura, como también existen elementos que netamente reemplazan saberes tradicionales generando así rupturas de orden interno. Se puede decir entonces que de los elementos que se han incorporado actualmente en la cultura Arhuaca, hay unos controlados y otros no por los patrones culturales propios.

Los “Hermanos Mayores” son los encargados de cuidar y preservar el mundo, de velar porque el ciclo cósmico tenga un buen desarrollo para que las enfermedades no destruyan la vida de los hombres. Los hermanos menores, son aquellos hijos de las generaciones posteriores a los primeros padres. La diferencia entre los hermanos mayores y los menores es el conocimiento de los primeros sobre el complejo sistema de reciprocidad entre el hombre y el entorno natural, considerando la madre Seyenekan. (Mincultura, s.f.).

En la cosmovisión indígena el complejo montañoso es considerado como el cuerpo de la madre y cada uno de sus componentes naturales es considerado como parte de este, es por esto que ellos no manejan el rol de dueños o propietarios, sino que lo hacen de protectores.

La mediación con la naturaleza la hace el mamó que es quien difunde, transmite y comparte los mensajes de Sejankua y Seyenekan. Estos se vuelven los guías espirituales, y son la cabeza del colectivo, uno de los elementos más importantes de su cultura es el tejido, ya que a través de este no solo realizan vestidos, ruanas, mochilas y demás accesorios, sino que gracias a este se pueden transmitir los saberes materiales e inmateriales como el conocimiento, el pensamiento, la tradición y la cosmogonía.

8.3 Situación de derechos humanos

El reto al que se enfrenta actualmente el pueblo indígena Iku es la supervivencia de su cultura ya que hay diversos factores que la están afectando actualmente de forma negativa, la inmigración de iglesias evangélicas, el interés de compañías transnacionales que pretenden hacer megaproyectos en la Sierra Nevada al apreciar su potencial natural, la presencia de gente que no pertenece al pueblo indígena en territorios sagrados, la lucha por el control del territorio por parte de actores ilegales, los paramilitares y grupos guerrilleros empiezan a restringir la comida unilateralmente, con el fin de presionar a los grupos guerrilleros, y por ende afectan directamente a los pueblos indígenas, los paramilitares los empiezan a presionar quitándoles ganado y productos de sus huertas, es por esto y muchos motivos más que el pueblo denuncia sistemas de violación efectuados de los derechos individuales y colectivos.

9. ¿Qué es el POT?

El Plan de Ordenamiento Territorial - POT es el instrumento básico definido en la Ley 388 de 1997, para que los municipios y distritos del país planifiquen el ordenamiento del territorio. El POT contiene un conjunto de objetivos, políticas, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas que orientan el desarrollo físico del territorio y la utilización o usos del suelo. (Secretaría distrital de planeación, 2016)

9.1 POT del Departamento de La Guajira:

Bajo el desarrollo del proyecto Makuruma deben tenerse en cuenta los criterios del plan de ordenamiento del territorio donde se plantea la generación del mismo, en este caso el POT del departamento de La Guajira señala algunas características a tener en cuenta en el desarrollo de este proyecto, dentro del ítem “IV La Guajira que deseamos” en el punto: 6.1.9 Gestión de la Convivencia, Diversidad Cultural, Solidaridad y Medio, se señala que El gobierno será respetuoso de todas las expresiones culturales mediante su reconocimiento y promoción.

(Gobernación de la Guajira, 2012 – 2015).

9.2 Políticas relacionadas con medio ambiente y turismo

- El cuidado de la tierra y sus ecosistemas será fundamental, la Sierra Nevada, el Perijá y la Macuira representan fuentes de recursos hídricos de gran importancia para el departamento.
- Se conciliarán las necesidades de desarrollo, productividad y competitividad con la necesidad urgente de preservar el medio ambiente.
- Se coordinarán con todas las instituciones públicas, privadas y de tipo ambientalista las acciones relacionadas con la preservación del medio ambiente. (Gobernación de la Guajira, 2012 – 2015)

Teniendo en cuenta estos parámetros evidenciados en el POT del departamento de la Guajira, se evidencia que existe una necesidad urgente por fomentar el cuidado y preservación del medio ambiente, ya que este es un tema de interés principal dentro de este departamento por las afecciones culturales, sociales y económicas que podría traer consigo el daño del medio ambiente, teniendo en cuenta también que dentro de este departamento hay una gran variedad de flora y fauna que crea su ecosistema.

9.3 Políticas relacionadas con los pueblos indígenas de Colombia

El proyecto busca desde su desarrollo la incorporación de un grupo indígena Arhuaco, es por esto que es pertinente entender cuáles son las normativas que se plantean desde el departamento de La Guajira que se de en tener en cuenta para el trabajo colaborativo que se plantea generar con ellos.

Según la ley, los Resguardos son "áreas poseídas por una parcialidad, comprendiendo en ellas no sólo las habitadas y explotadas sino también aquellas que constituyen el ámbito tradicional de sus actividades económicas y culturales". Cualquier programa que se lleve a cabo en estos territorios deberá ser consultado con las comunidades indígenas interesadas.

La sierra es compartida por diferentes pueblos, los Arhuacos, Koguis y Wiwas. Estos indígenas adoptaron nuevos patrones de subsistencia y residencia en función de su ubicación en zonas mucho más pendientes. Su patrón de asentamiento se caracteriza *por unidades productivas dispersas, conocidas como fincas, ubicadas en una misma zona. Cada "finca" es explotada por la unidad doméstica conformada por una familia nuclear y se explota el ganado vacuno y lanar. Su territorio tradicional está delimitado por la "Línea Negra" conformada por una serie de hitos geográficos, por lo general marcados por las desembocaduras de los ríos que nacen en las lagunas de la Sierra Nevada o algunos montículos que referencian estos sitios de carácter sagrado alrededor del macizo. Si bien los indígenas reconocen la "Línea Negra" como su territorio ancestral, el Estado ha dado un reconocimiento territorial a través de la figura de los resguardos, que tan solo contemplan parte del territorio demarcado por la "Línea Negra".* (Gobernación de la Guajira, 2012 – 2015)

De este modo, se puede tener una idea aproximada de cuantos indígenas hay actualmente en Colombia, ellos, son quienes más interesados están en la conservación del medio ambiente y

quienes dentro de los territorios en los que se encuentran, los que más lo cuidan y protegen, dentro de su modo de ver la vida está el entendimiento de la correlación con el territorio, por eso ellos realizan pagos (el pago, es el acto realizado por los indígenas para pagar y retribuir los beneficios recibidos de la naturaleza a esta misma; buscando de esta manera lograr un equilibrio en todos los aspectos, físico, espiritual, energético, etc) a cambio de las cosas que les entrega la tierra.

Actualmente en La Guajira hay una concentración importante de grupos indígenas, que evidentemente son apoyados por la ley con las cuestiones de territorio y de independencia Política y social lamentablemente el gobierno no ha tenido mayor aparición en el campo económico, dejándolos solos, haciendo entonces que ellos busquen la forma de generar ingresos.

9.4 Correlación entre las políticas del medioambiente y de los pueblos indígenas de la Guajira.

Makuruma es un proyecto que busca generar la posibilidad de que el público extranjero venga a hacer parte y a entender de qué se trata la cultura indígena y el valor de sus tradiciones y costumbres, a través de éste se pretende generar una correlación entre el desarrollo actual y quienes hacen parte de él, y el entendimiento de lo que es el territorio, y el saber vivir para la cultura indígena Arhuaca generando una inter relación trascendental, permitiendo que parte de los pensamientos y la sabiduría tradicional indígena sea transmitida a los visitantes.

La finalidad es lograr que se genere la apreciación de la cultura y la valoración de la misma, ya que al igual que como está pasando con el campesinado en Colombia, a los pueblos indígenas tampoco les está pareciendo viable conservar modelos sobre su cultura que no los llevan al desarrollo ni al progreso, y es por esto que las nuevas generaciones están perdiendo parte de sus

tradiciones, dejándolas de lado, por ejemplo, no todos hacen uso diario de sus vestimentas tradicionales.

Además de esto, es muy importante conservar estas culturas milenarias, ya que son un eje trascendental del cuidado del medio ambiente, y de nuestra identidad como país.

10. POT del municipio de Dibulla

El plan de ordenamiento del Municipio de Dibulla está planteado para desarrollarse entre los años 2016 a 2019, tiene como objetivo que el Municipio se convierta en un territorio de desarrollo en el ámbito departamental, y se extienda hasta lograr ser nacional. Una de las finalidades es lograr que el departamento pueda generar una tregua entre la naturaleza y los seres humanos, contando con la colaboración de la comunidad, las etnias indígenas que hacen parte de la comunidad, los comerciantes, visitantes extranjeros y visitantes locales.

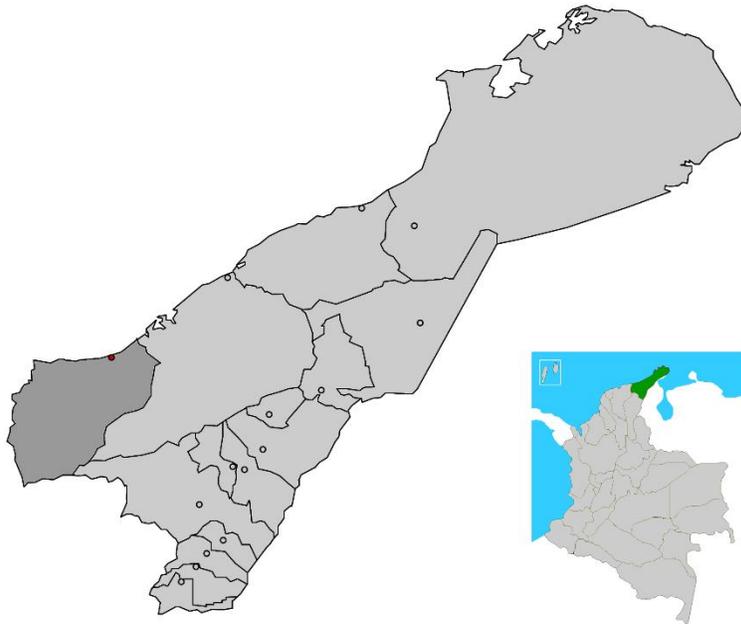
El plan también pretende gestionar, la declaración de políticas que sean benéficas para la comunidad, intentando generar espacios de comunicación y convivencia en los que se aprenda a aceptar las condiciones sociales, étnicas y culturales de cada uno de los entes que hacen parte de la comunidad. (Acuerdo No. 011 de 2016, 2016)

10.1 Políticas relacionadas con turismo

El turismo es una de las actividades económicas más rentables a nivel mundial y ha sido factor determinante del desarrollo en muchas zonas del país, especialmente en la costa atlántica. La actividad turística por lo general viene acompañada de cambios sociales importantes para las regiones:

1. cambios en el uso de la tierra y la relación de los habitantes con ella
2. Cambios en el estilo de vida de la población y
3. Impactos ambientales asociados a la presencia masiva de personas.

El caso de Dibulla, es el de un municipio con un fuerte crecimiento de las actividades turísticas en los últimos años, pero que se ha desarrollado de manera desordenada, lo cual no solo liita el potencial de eta actividad. Sino que crea modelos de desarrollo excluyentes.



Tomando de: <https://esacademic.com/dic.nsf/eswiki/348361>

A nivel municipio el corregimiento de **Palomino** es sin lugar a dudas, el epicentro del turismo y a la vez el foco de muchos conflictos sociales asociados a la manera en que se viene

desarrollando la actividad. En conclusión, la actividad turística en el municipio, a pesar de su potencial, todavía se realiza de manera insipiente. Así lo plantearon los asistentes a los talleres comunitarios.

De igual forma se logran identificar las siguientes causas asociadas:

- a) Pérdida de espacios turísticos por erosión marina
- b) Contaminación ambiental
- c) Falta de promoción turística
- d) Falta de seguridad para el pleno desarrollo de actividades turísticas
- e) Desconocimiento de la oferta turística con la que cuenta el territorio
- f) Falta de capacitación a los prestadores de servicios turísticos
- g) Mala presentación de servicios públicos domiciliarios y en algunos casos la no prestación de los servicios.
- h) Conflictos sociales entre algunos prestadores de servicios turísticos y la comunidad. (Acuerdo No. 011 de 2016, 2016)

Entonces, es recomendable organizar administrativa y legalmente esta actividad, generando propuestas que permitan entender cuáles serán los criterios ambientales, sociales y culturales dentro del territorio para la generación de propuestas dentro del campo turístico

La finalidad es lograr convertir al corregimiento de **Palomino** en una zona de desarrollo turístico prioritario con el fin de mantener el perfil ecológico de este sector.

10.2 Políticas relacionadas con las comunidades indígenas:

En el municipio de Dibulla se goza con el acompañamiento de cuatro comunidades indígenas Kogui, Wiwa, Arhuaco y Wayuu. En mesas de trabajo se anotaron algunas reflexiones, se

identificaron algunos problemas que a continuación se relacionan, a manera de resumen siendo fiel a los planteamientos de sus líderes.

1. Hay afectación de la riqueza natural y de la integridad cultural dentro del territorio ancestral y de los sitios sagrados de la Línea negra.
2. No hay articulación en la aplicación de los principios de la etnoeducación para los cuatro pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta.
3. No hay apoyo a los procesos de producción sostenible para los cuatro pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta. (Acuerdo No. 011 de 2016, 2016).

10.3 Correlación entre las políticas del medioambiente y de los pueblos indígenas de Dibulla.

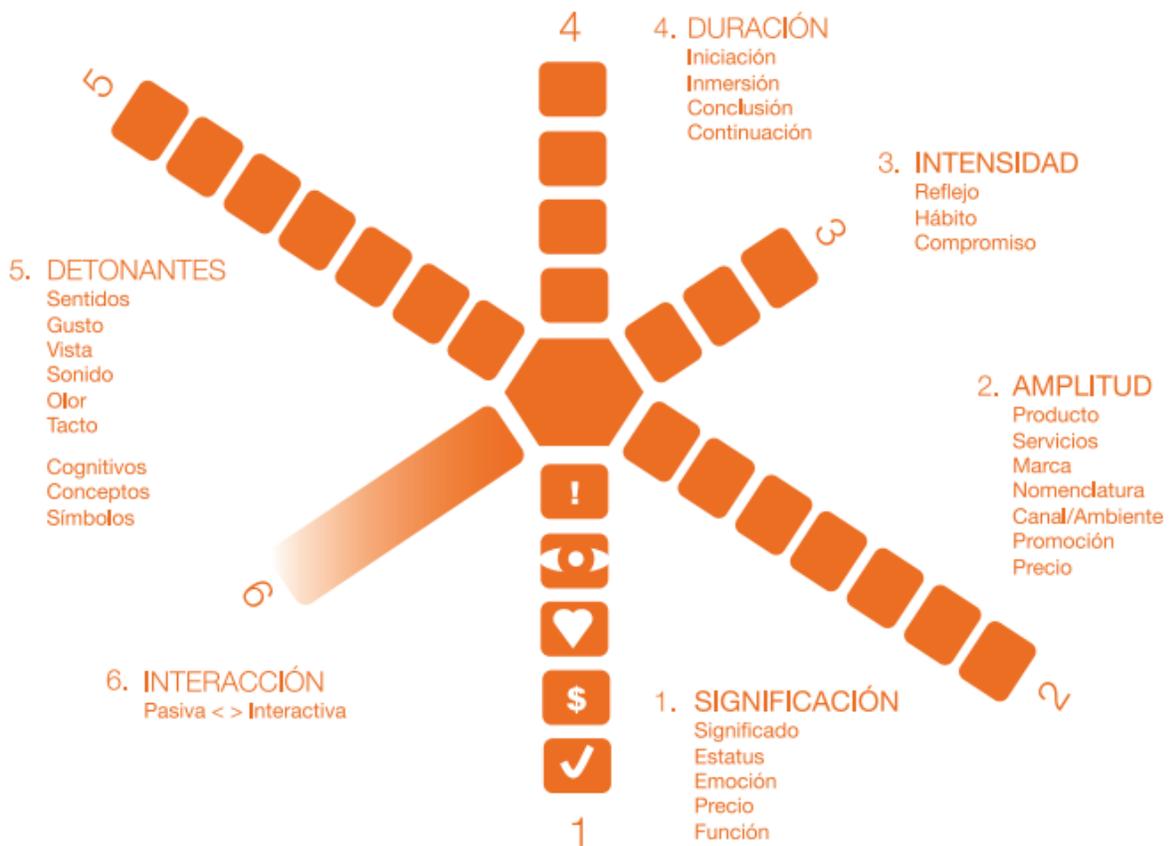
Evidentemente el Departamento de la Guajira es uno de los departamentos con menor apoyo de parte del Gobierno para temas de desarrollo y de generación de oportunidades desde diferentes sectores y demás actualmente como se evidencia con la información presentada anteriormente se puede resaltar que dentro del campo turístico el corregimiento de Palomino ha tenido un impacto turístico significativo y trascendental, pero al darse dentro de este departamento se han presentado problemáticas de desarrollo que no permiten que 1. Los integrantes de la comunidad gocen en su totalidad de los beneficios que trae consigo la promoción turística y 2. El corregimiento sea reconocido totalmente como un destino turístico ideal ya que hay falencias en ciertos sectores,

Finalmente se puede decir que generando modelos turísticos y de desarrollo apropiados se puede generar la integración y progreso tanto de las comunidades indígenas que habitan el territorio como de los habitantes y prestadores de servicios

11. Metodología

Para el desarrollo de este proyecto se implementaron dos metodologías, la primera se basa en la fundamentación conceptual de la generación de una experiencia. Y la segunda se basa en el proceso personal que se realizó para llegar a los resultados finales.

Imagen: (Shedroff, 2005).



11.1 Metodología Diseño de la experiencia.

El diseño de experiencias es un creciente acercamiento al diseño que abre las fronteras a múltiples sentidos y otros atributos reales que suelen ser ignorados. Éstos incluyen:

- Significación (Es el punto de conexión más profundo con el cliente).
- Duración (el flujo del tiempo durante la experiencia del cliente).
- Amplitud (la consistencia apropiada a través de los múltiples puntos de contacto en los que el cliente interactúa con el producto, servicio o experiencia de la empresa).
- Intensidad (qué tan aparente es la experiencia en nuestra atención y conciencia).
- Interacción (qué tan pasiva, activa o interactiva es la experiencia del cliente).
- Detonantes (los variados elementos sensoriales de forma, textura, color, sonido, olor, sabor, etc. que comunican la experiencia y “disparan” el significado previsto)

1. **Significado:** Teniendo en cuenta que el público objetivo son personas para quienes la relación con su contexto y con la naturaleza es primordial, además de tener características personales como promover el cuidado del medio ambiente, y el lograr generar relaciones positivas en comunidad, se busca brindar un servicio y experiencia que represente de cierta manera la forma que tiene dichos usuarios de comprender el mundo, desde lo físico hasta lo espiritual.

2. **Amplitud:** En este punto se intenta generar una armonía entre todos los actores que participan en la interacción que se presenta entre el cliente y el servicio/experiencia, es así como

la marca, el enfoque del servicio, ambiente, propuestas de interacción multicultural y productos van ligados a la misma línea conceptual y al mismo tiempo se intenta exponer estéticamente con el mismo lineamiento.

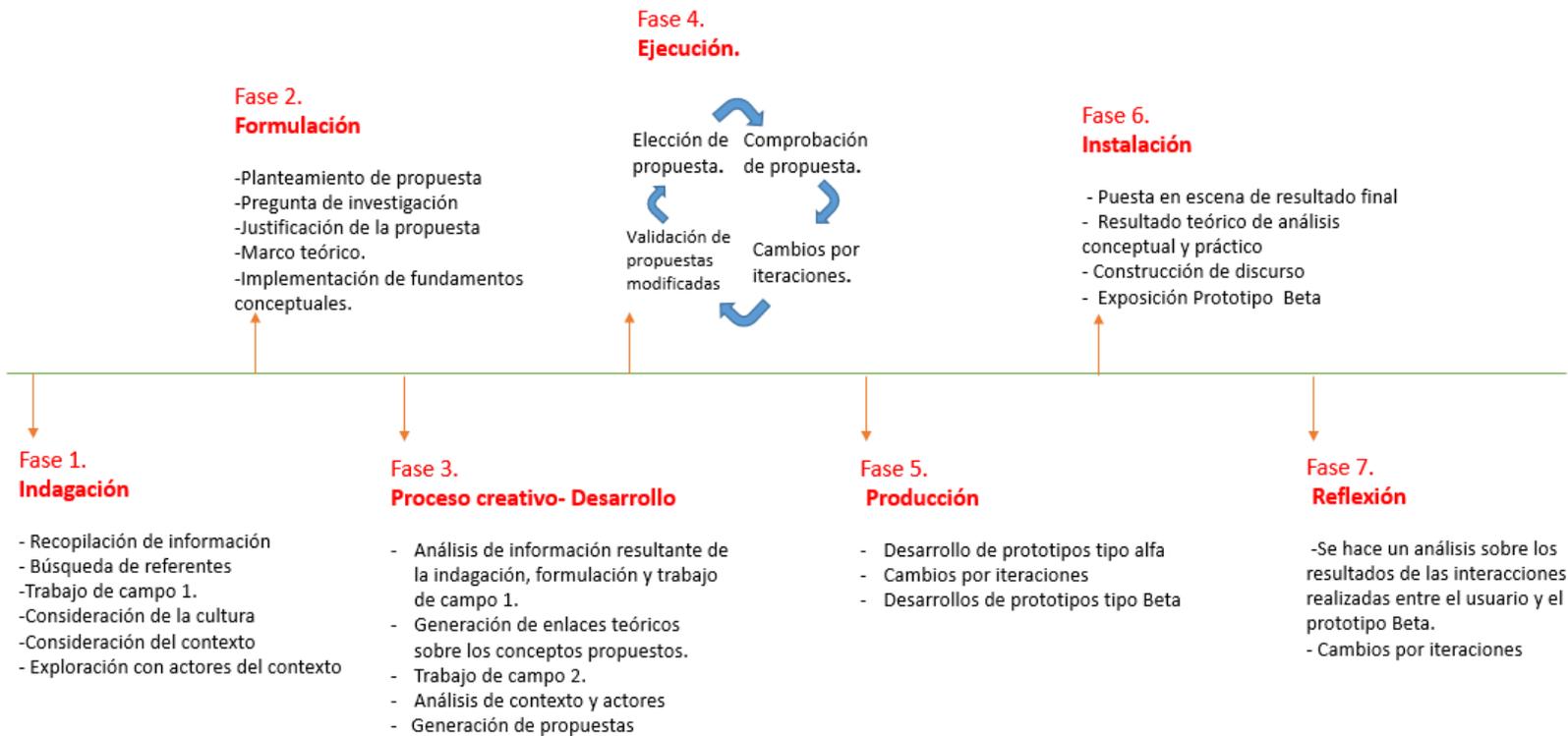
3. **Intensidad:** Este proyecto busca fundamentalmente lograr plantear un modelo que sea replicable y que se evidencie en esencia y estética en todo momento dentro del recorrido y puntos de contacto que hay entre el usuario y el servicio haciendo evidentes los compromisos socio ambientales que se adquieren con la generación del mismo

4. **Duración:** La experiencia en este caso tiene como plazo de duración de 1 a 30 días, este plazo es definido por las preferencias del usuario.

5. **Detonantes:** Se plantea la implementación de detonantes de modo visual (como paisajismo y vista) cognitivos (Idioma, costumbres, tradiciones, nociones. Charlas con Mamos arhuacos y significados de términos), conceptuales (Cosmovisión sobre territorio y comunidad indígena arhuaca), y simbólicos (inclusión de saberes tradicionales arhuacos en productos expuestos al usuario).

6. **Interrelación:** se busca generar una experiencia activa, que pretende brindar al cliente la posibilidad de disfrutar de diferentes escenarios y de un contexto totalmente alejado al que está acostumbrado.

11.2 Metodología de diseño Makuruma- Palomino.



12. Alcances del proyecto

Para la instancia de este proyecto, se plantea la demostración de la experiencia generada por lo tanto se evidenciará a través de una maqueta que permita recrear la experiencia, un análisis de los estímulos, análisis de la generación de estado de ánimo, demostración del saldo pedagógico de la experiencia, y protocolos de comprobación.

13. Normativas

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO: Se entiende por Establecimiento Hotelero o de Hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje, el cual es un contrato de arrendamiento, de carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a ésta actividad celebra con el propósito principal de prestar alojamiento a otra persona denominada huésped, mediante el pago del precio respectivo día a día, por un plazo inferior a 30 días.

Alojamiento rural. Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales privadas, ubicado en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural. Ofrecen además como mínimo, servicios de alimentación bajo la modalidad de pensión completa, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. (registro nacional de turismo, s.f)

14. Desarrollo de la propuesta

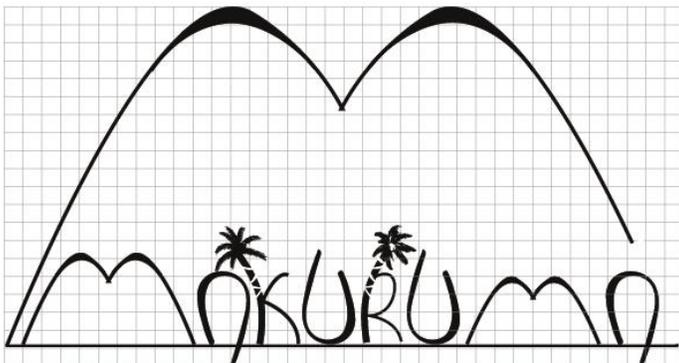
Se plantean inicialmente cuales son los puntos que desde el Diseño Industrial se trabajar dentro de sector turístico, realizando un análisis y un mapa conceptual que nos permite entender cuáles son estos escenarios, posteriormente se realiza una decantación de estos para especificar qué puntos se van a desarrollar en la instancia de este proyecto, señalando finalmente la generación del hospedaje tipo gamping junto con el desarrollo de los campos señalados en el mapa. Anexo 2. Anexo 3.

Diseño de logotipo:

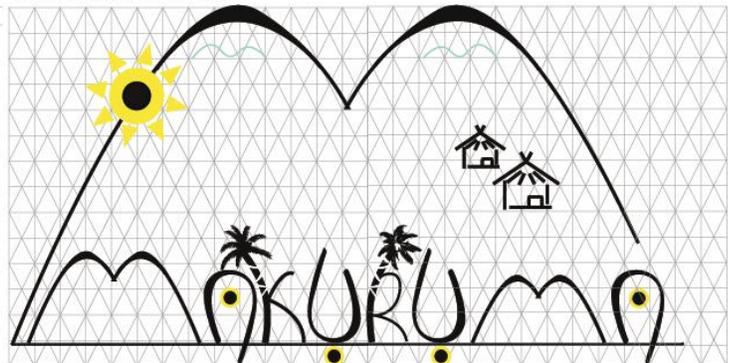
Teniendo en cuenta las diferentes características del contexto, como su riqueza natural, cultural y social, se propone un logo (que une en armonía estas particularidades y los conceptos que se plantean desde la generación de este proyecto), que transmite los conceptos en los que se centra la propuesta, conceptos como unión, comunidad, territorio entre otros.

Proceso:

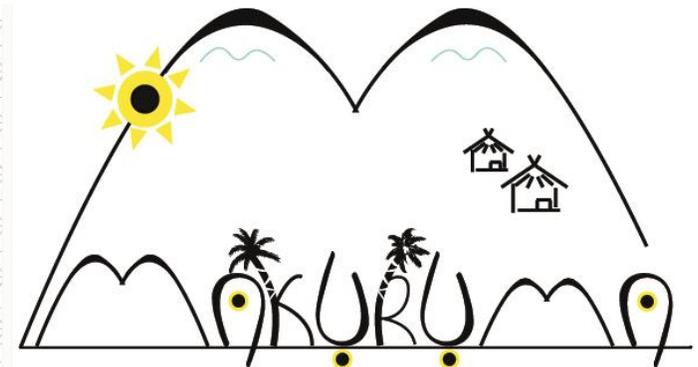
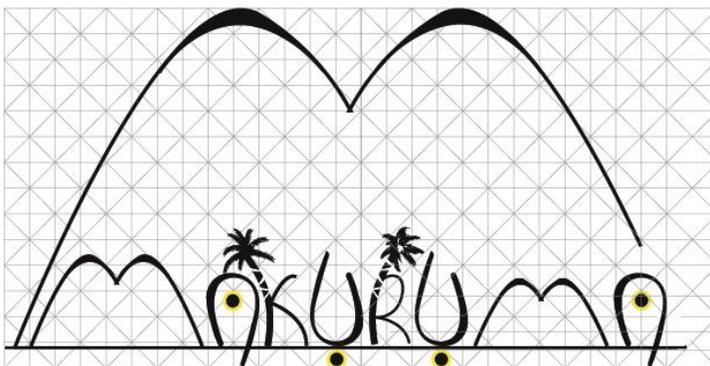
RETICULA



RETICULA CON ANGULO DE 60 GRADOS



RETICULA CON ANGULO DE 45 GRADOS



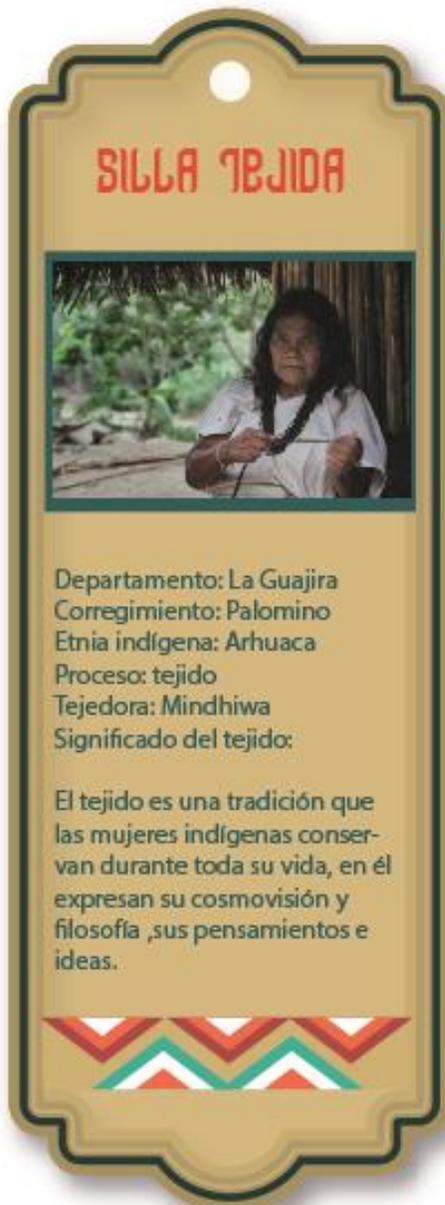


Palomino - Colombia

HOSTAL · GLAMPING · RESERVA

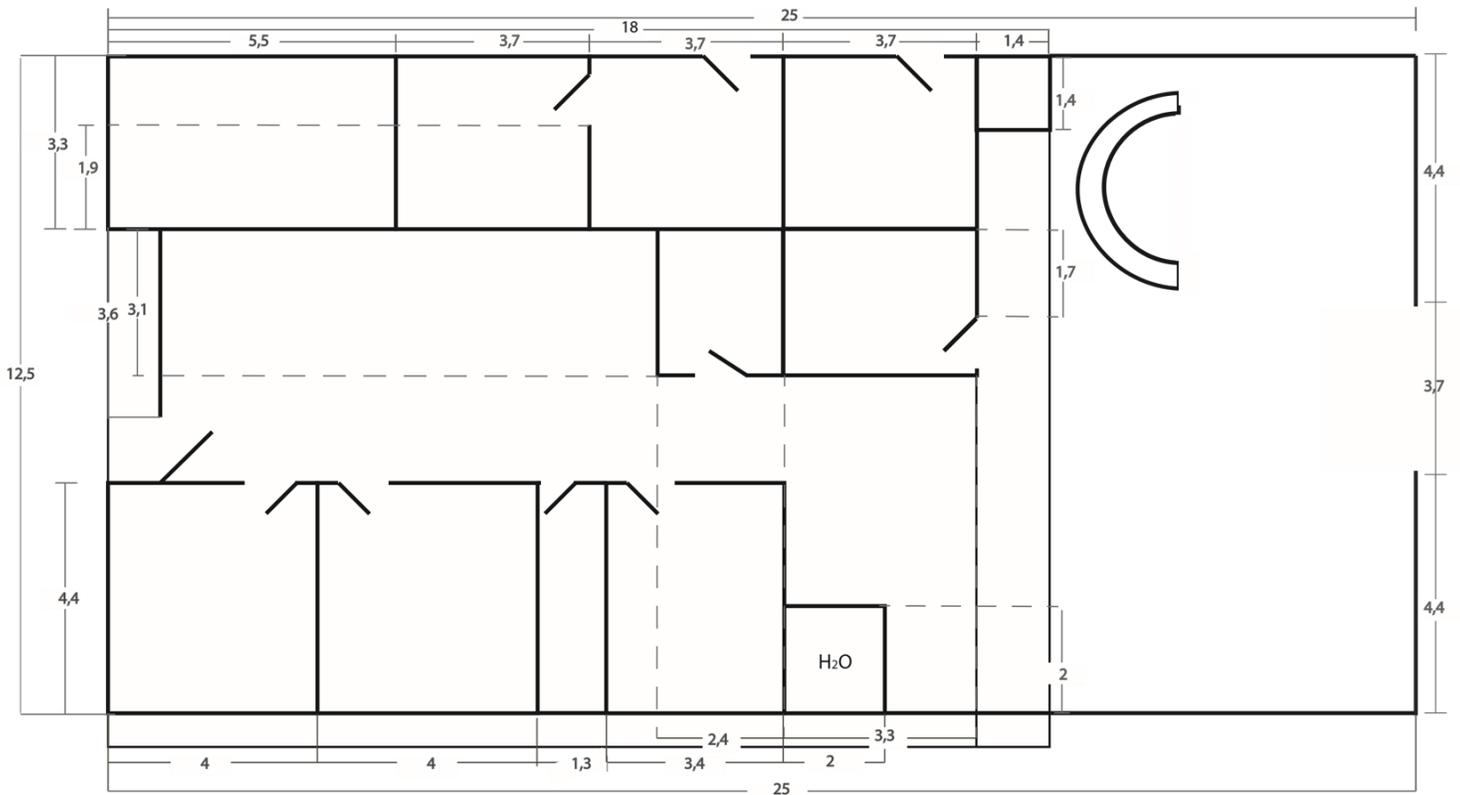
Etiquetas:

Las etiquetas hacen parte de uno de los puntos de contacto que se presentan al usuario, es por esto que se propone un diseño que permita expresar uno de los conceptos que fundamentan el proyecto como el comercio justo, a través de estas se informa al usuario quien realiza el producto, a que Etnia indígena pertenece, el Departamento donde se realiza, el proceso realizado y finalmente su significado, se proponen dos tipos de etiquetas, uno en relación a los productos realizados por las mujeres y el otro en congruencia con los productos realizados por los hombres

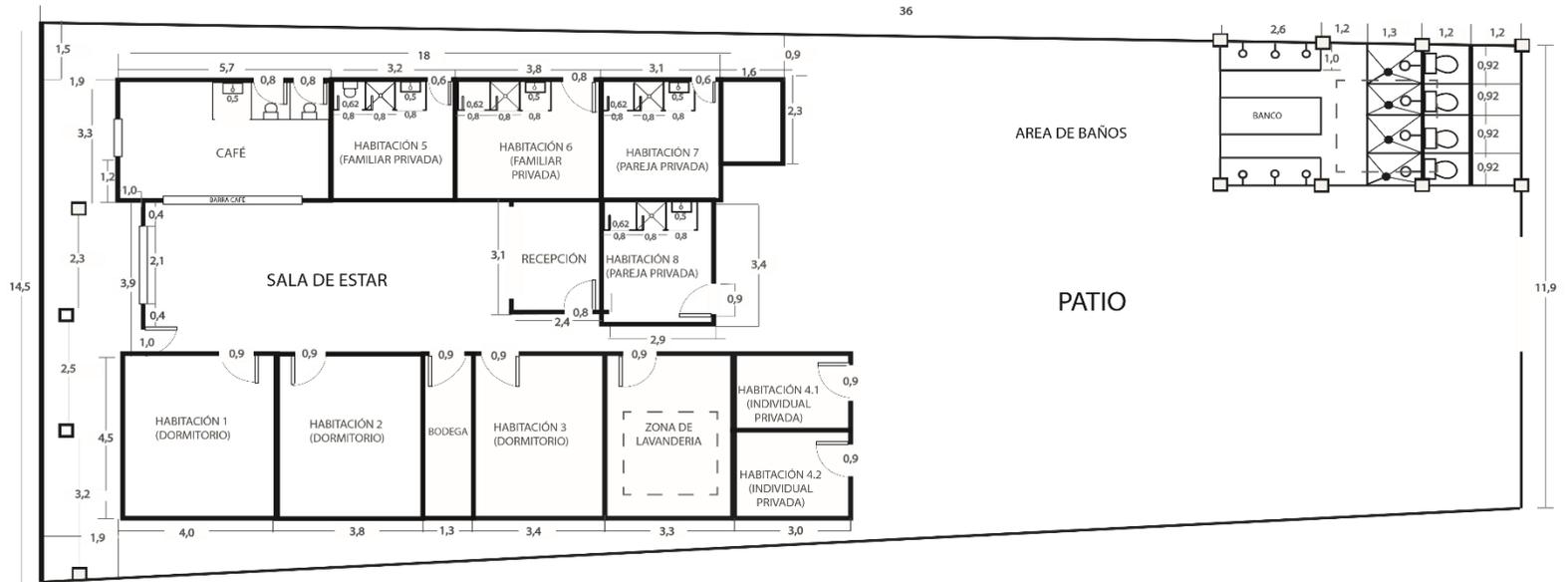


Al contar actualmente con los terrenos en los que se desarrollará la idea del proyecto se realiza una exploración inicial en el proceso del mismo en los terrenos destinados para el servicio de hostel ubicado en el barrio la Sierrita teniendo así un levantamiento del plano inicial de distribución y una propuesta de iteraciones que se deben realizar para lograr prestar el servicio de hostel:

Plano distribución inicial:



Plano distribución propuesto:

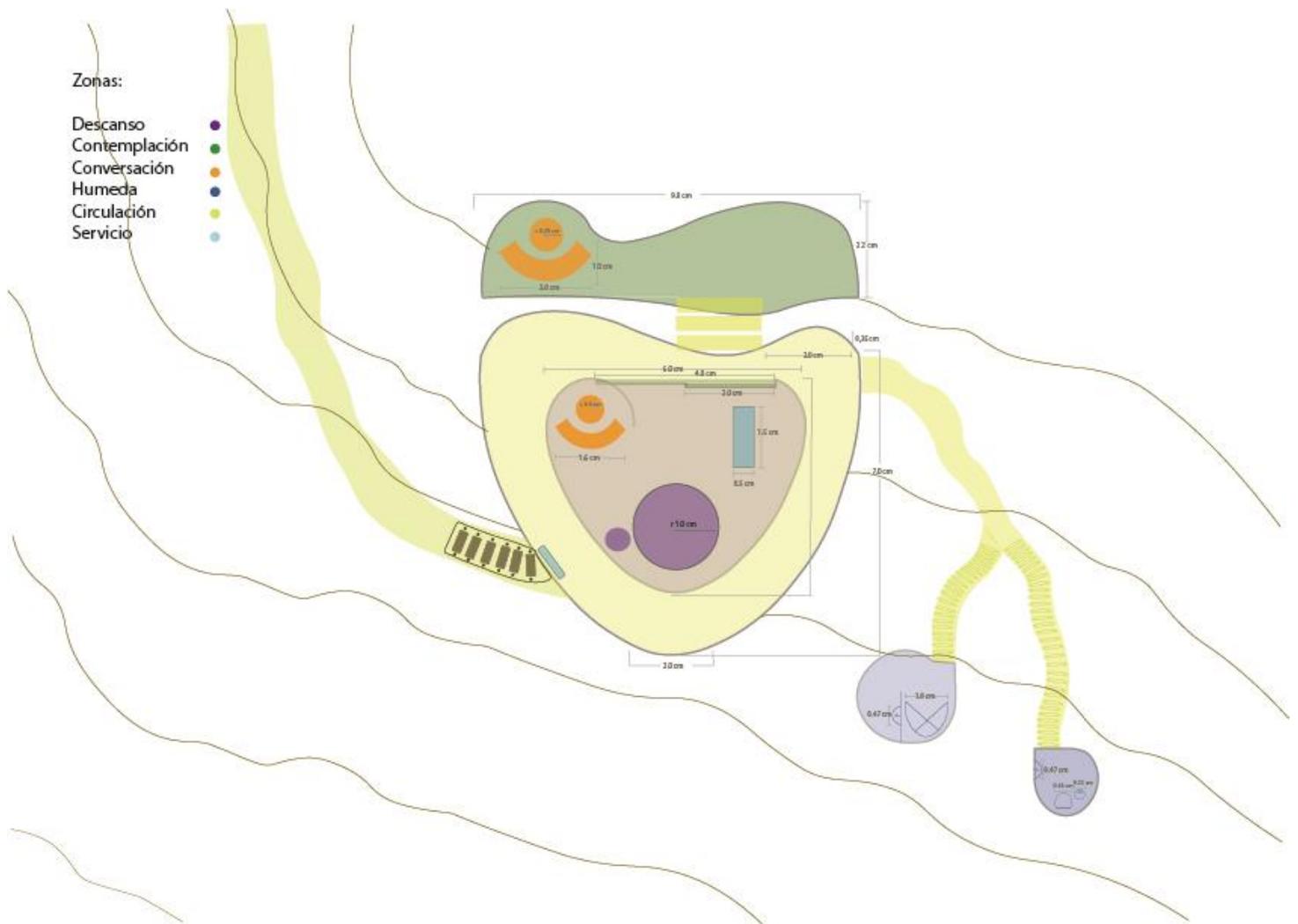


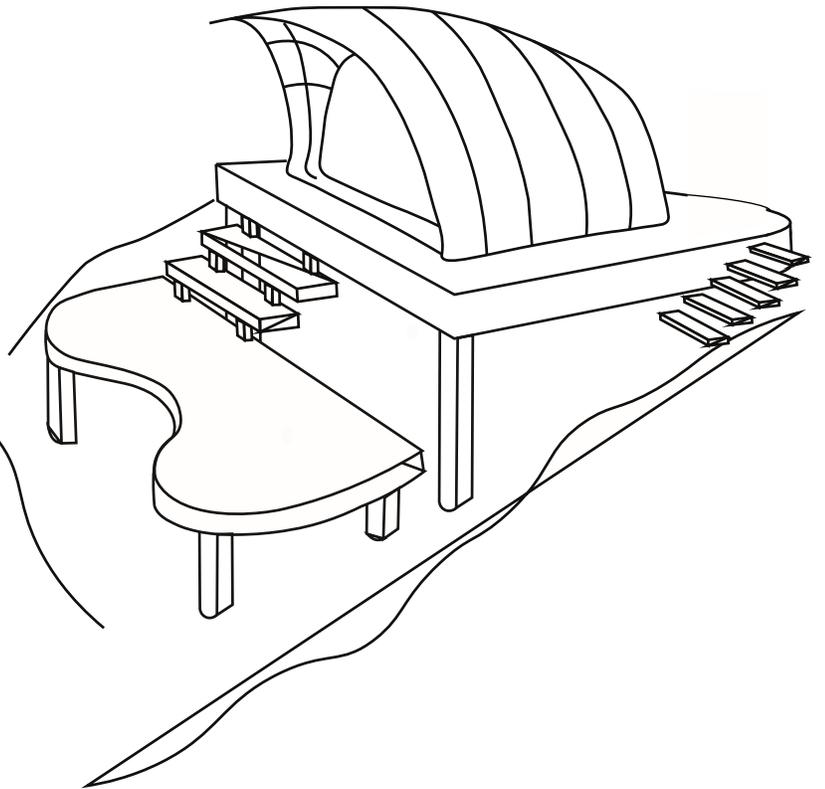
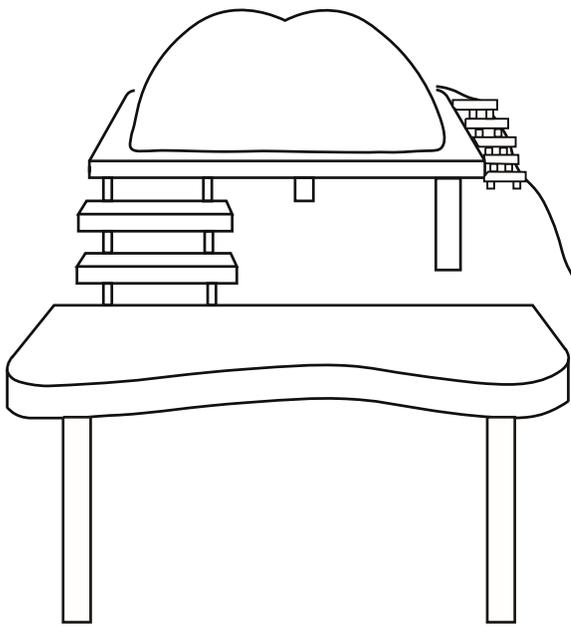
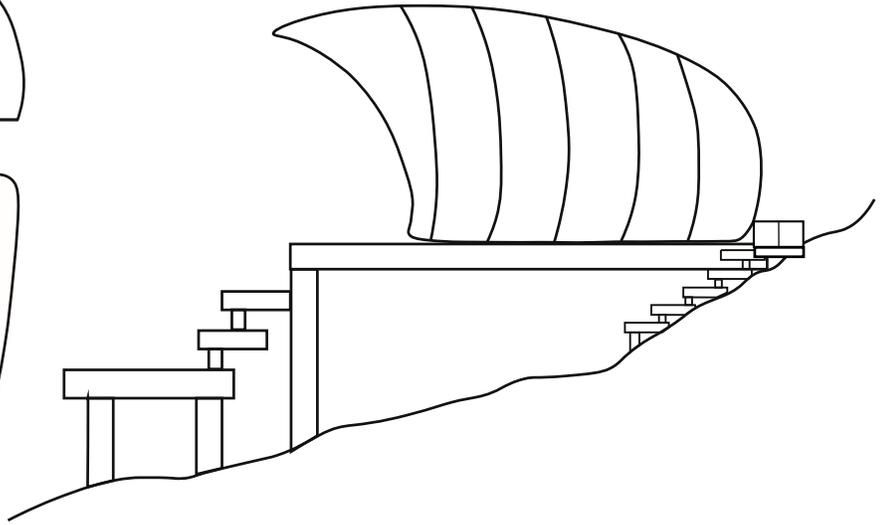
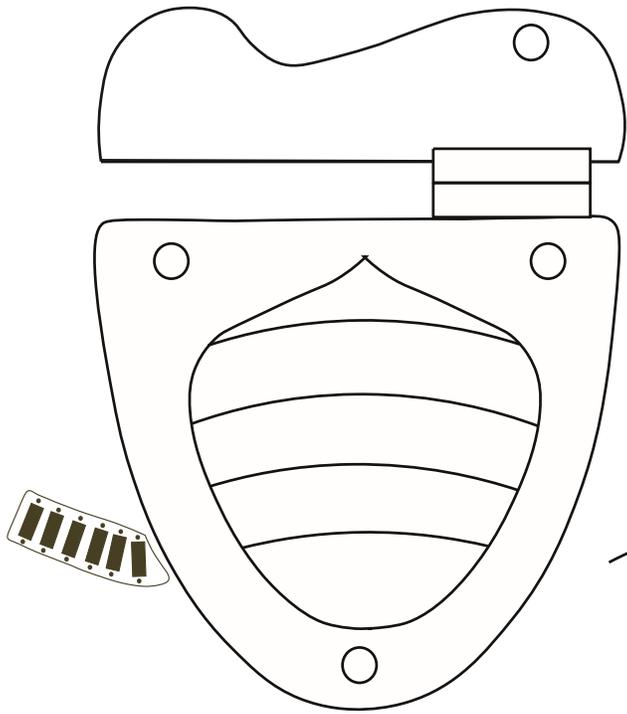
Para la reserva indígena se cuenta con el aporte de integrantes de a comunidad Indígena Arhuaca, haciéndose participes de la construcción de las viviendas, puentes y demás elementos que se requieren para a generación de la misma

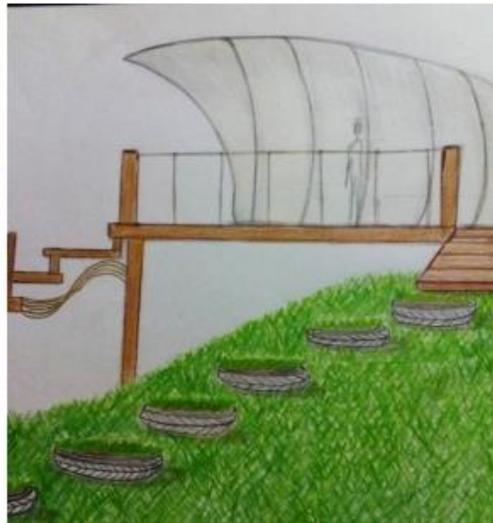


Autoria: propia.

Posterior a esto se realiza la exploración en el terreno destinado al hospedaje tipo glamping que está ubicado un poco más adentro de la montaña dirigiéndose hacia la Sierra Nevada de Santa Marta, se realiza el plano que permite dimensionar en glampig dentro del terreno y la distribución interna del mismo.

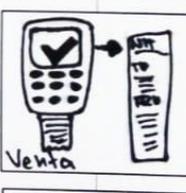






Estructuralmente esta es la propuesta que se plantea, seguido a esto se proyecta el servicio de que se haría uso para poder prestar la experiencia que se desea al usuario, este servicio incluye la posibilidad por ejemplo de alimentación, ventilación, paisajismo, descanso, avistamiento y alimentación de aves, acceso a productos propios de algunos representantes de la comunidad indígena arhuaca entre otros, El diseño del glamping se basa en la forma del armadillo, figuras orgánicas y naturales, se enfoca en dirigirse hacia la costa de mar Caribe con el fin de dirigir permanente al usuario a disfrutar de esta vista, se plantea el siguiente blue print que permite identificar las diferentes facetas del servicio para que sean más claras.

SERVICE BLUEPRINT DE MAKURUMA

MOMENTO	PREVIO	DURANTE	DURANTE	DURANTE	DURANTE	POST
DURACIÓN	INDEFINIDO	5-10 MINUTOS	15-20 MINUTOS	1-30 DÍAS	INDEFINIDO	INDEFINIDO
PUNTO DE CONTACTO	 <p>Ver folleto</p>	 <p>Reserva uela</p>	 <p>Check-in</p>	 <p>Estradora</p>	 <p>Producto</p>	 <p>Traslado - Producto</p>
EN ESCENA	 <p>El Folleto</p>	 <p>plataforma</p>	 <p>Recepcion</p>	 <p>Glamping</p>	 <p>Venta</p>	 <p>Recordo de la experiencia</p>
FUERA DE ESCENA	 <p>Impresion</p>	 <p>GESTION</p>	 <p>Organizar habitacion</p>	 <p>Empleados - Servicio</p>	 <p>Indigena tejendo</p>	

Posteriormente se procede a plantear la propuesta de experiencia de este servicio, teniendo en cuenta principalmente al usuario, sus características, gustos y deseos, se realiza un arquetipo del modelo de usuario que se tiene en cuenta para la generación de esta experiencia.



JASON BOXER

Viajero

"Disfruto viajar, conectarme con la naturaleza y conocer nuevas culturas..."

New York- Estados Unidos
26 Años de edad
Actualmente vive en Argentina.

Sobre Jason

Jason es un artista estadounidense que ha viajado a diferentes lugares del mundo, llegando a países de Europa, Asia, y Latinoamérica.

Los dos últimos viajes que ha realizado han sido a Colombia y Argentina donde vive actualmente, es amante de la naturaleza, las artes escénicas, la música, la danza etc. Por esto considera importante explorar diversas culturas que le permitan nutrirse internamente y así generar resultados diferentes en su medio.

Es sociable, dinámico, vegetariano, cuida de los animales, de la naturaleza, y de su entorno en general, le gustan los espacios que le generan paz, reflexión, aprendizaje y crecimiento interno.

necesidades racionales

- Vivir experiencias diferentes
- Entender nuevas culturas
- Explorar y conocer nuevos lugares
- Obtener nuevos recursos para su desarrollo laboral

necesidades emocionales

- Ser independiente
- Reflexionar
- Adquirir nuevo conocimiento
- Obtener un buen servicio

Puntos de quiebre

- Cambio de clima
- Cambio de hábitos alimenticios
- Cambios culturales
- Cambio de horario
- Picaduras

Qué debemos brindarle

- Servicio eficiente
- Una experiencia de hospedaje diferente
- Conocimiento sobre nuestra cultura
- Espacios naturales y culturales para explorar



Experiencia:

Makuruma - Palomino experiencia de hospedaje en modalidad de Glamping.

La propuesta se centra en 10 puntos de contacto principales mediante los que se puede sintetizar la experiencia que se quiere genera en el usuario:

1. Umbral
2. Camino a glamping, Puente levadizo.
3. El glamping se construye permitiendo que la naturaleza siga su curso natural.
4. Zona para compartir en torno al fuego bajo las estrellas para dos.
5. Vista con luz natural de donde parte el toldillo a la cama.
6. Etiquetas representativas en el mobiliario.
7. Zona de fuego para compartir la palabra con el representante Indígena Arhuaco.
8. servicios de ducha e inodoro abiertos con vista al mar desde la montaña
9. Alimentación y avistamiento de aves
10. Siembra de árbol nativo de la región.

Emoción que se desea generar en cada punto de contacto:

Punto de contacto 1: Asombro, interés, apreciación estética.

Punto de contacto 2: Admiración, asombro, interés, simpatía.

Punto de contacto 3: Tranquilidad, admiración, interés, calma, satisfacción.

Punto de contacto 4: Asombro, amor, satisfacción, alegría, diversión, apreciación estética (Se trata de un estado mental que proporciona placer a través de la contemplación.) tranquilidad.

Punto de contacto 5: Admiración, apreciación estética, calma, satisfacción.

Punto de contacto 6: Admiración, interés, sorpresa, dolor empático, asombro.

Punto de contacto 7: Tranquilidad- reflexión, admiración, interés, simpatía, asombro.

Punto de contacto 8: Apreciación estética, asombro, admiración, tranquilidad, satisfacción.

Punto de contacto 9: Sorpresa, admiración, interés, simpatía, apreciación estética, alegría,

Punto de contacto 10: Reflexión, admiración, interés, satisfacción, alegría. Anexo 4.

Estímulos de cada punto de contacto:

Estímulos sonoros:

Sonidos binaurales, cántico de aves, cántico de árboles, volumen, ritmo.

Estímulos visuales:

Luz, color, contrastes, movimiento, paisajismo

Estímulos táctiles:

Textura, temperatura, estado,

Estímulos gustativos:

Dulce, salado, ácido, amargo, picante.

Estímulos olfativos (olores):

Amaderados, dulces, cítricos, florales, ahumado, frutal. Anexo 5.

Niveles de significación

El protocolo empleado ha sido desarrollado sobre la base de la propuesta de Nathan Shedroff en su libro “Diseño de experiencia”.

1. Función: “¿Hace lo que necesito que haga?”.

La función de esta experiencia se divide en:

- Lograr transmitir la concepción indígena arhuaca sobre territorio.
- Generar, un aporte desde el Diseño Industrial en torno al turismo
- Evidenciar parte de la cultura, riqueza natural y biodiversidad de Palomino-Colombia.
- Convertirse en un puente comercial que permita una comercialización más justa de los productos indígenas arhuacos.

2. Precio: el precio es estándar para la fabricación de glampings con estructura metálica y lona impermeable.

3. Emociones: “¿Esto me hace sentir bien?”

En este proyecto las emociones que se desean generar son en parte emoción y en su mayoría tranquilidad.

4. Estatus/ Identidad: “¿Soy yo?”.

La intención es lograr conectar con un público específico que son los viajeros que disfrutan del turismo ecológico y cultural, es por esto que los valores tanto conceptuales como estético y funcionales que se le dan a la experiencia se respaldan en criterios ecológicos, culturales y sociales.

5. Significado desde lo físico (¿estará lista la energía solar para usarse a nivel masivo?) hasta lo espiritual (¿Me siento conectado con este entorno?):

La gente tiende a comprar con más facilidad productos, servicios y experiencias que encajan con su forma de comprender el mundo, por esto en el desarrollo del proyecto se tienen en cuenta diferentes valores que le dan significado a la experiencia y que pretenden llegar a conectar con los usuarios; como la inclusión social de la cultura indígena arhuaca, la convivencia con diferentes entornos naturales, la implementación de tecnologías ambientales con el fin de generar el menor impacto e invasión en el entorno natural donde se desarrollará la experiencia, la enseñanza que brinda la cultura arhuaca a través de la palabra y la acción , también la implementación de materiales reciclados en la construcción de la estructura para el glamping, la posibilidad de alejarse un poco del entorno cotidiano donde se permanece, y lograr tener la sensación de tranquilidad y reflexión para así finalmente crear conocimiento sobre valores culturales, conocimiento sobre distintos entornos naturales, apertura a nuevos intereses, conocimiento y adquisición de nuevas costumbres y posibilidades; a través de los diferentes puntos de contacto, se busca demostrar los valores conceptuales que formula el proyecto con el fin de que la idea del mismo sea clara para el usuario.

15. Conclusiones:

- El Diseño Industrial es una profesión que se puede dirigir a diversos enfoques y que tiene la posibilidad de trabajar generalmente transdisciplinariamente generando un enriquecimiento especial en quién ejerce la carrera.
- Colombia cuenta con la posibilidad de gozar de paisajes naturales increíbles que nutren su oferta turística pero que a si vez debe ser cuidada para lograr generar un equilibrio entre el acercamiento y proximidad con estos entornos y el cuidado de los mismos, ya que principalmente está el cuidado y la. Preservación de los recursos naturales además de esto es importante resaltar que estos recursos han potenciado notablemente el sector turístico en el país y es evidente que en un futuro será uno de los sectores más importantes de la economía del país dado al importante y rápido crecimiento que ha tenido en los últimos años.
- A partir del diseño industrial es posible tratar diferentes problemáticas u oportunidades con una perspectiva y visión diferente, logra generar en productos, servicios, experiencias, etc. el valor agregado que hace que el usuario le Haya el significado y valor agregado a lo que consume

- 4. Las culturas indígenas no cuentan en su totalidad con el apoyo del gobierno Colombiano aún en este momento se vulneran muchos de sus derechos siendo difícil prevalecer firmes en sus convicciones ancestrales y culturales, muchos de los puentes comerciales que existen hoy para que ellos comercialicen los productos que fabrican, se aprovechan de su falta de conocimiento o gusto por el dinero y pagan muy económico el producto que luego revenden a un costo mucho más elevado, por eso es preciso gestionar proyectos o iniciativas que promuevan el apoyo a estas culturas, para que les sea posible permanecer en la conservación de su tradición.
- Cada proceso de diseño o cada enfoque que se trabaje desde el diseño logrará aportar distintos conocimientos que son pertinentes o aplicables a otros campos del mismo diseño, nos permite tomar conceptos, ideas, valores y aplicarlos a desarrollos diferentes logrando generar resultados nuevos.

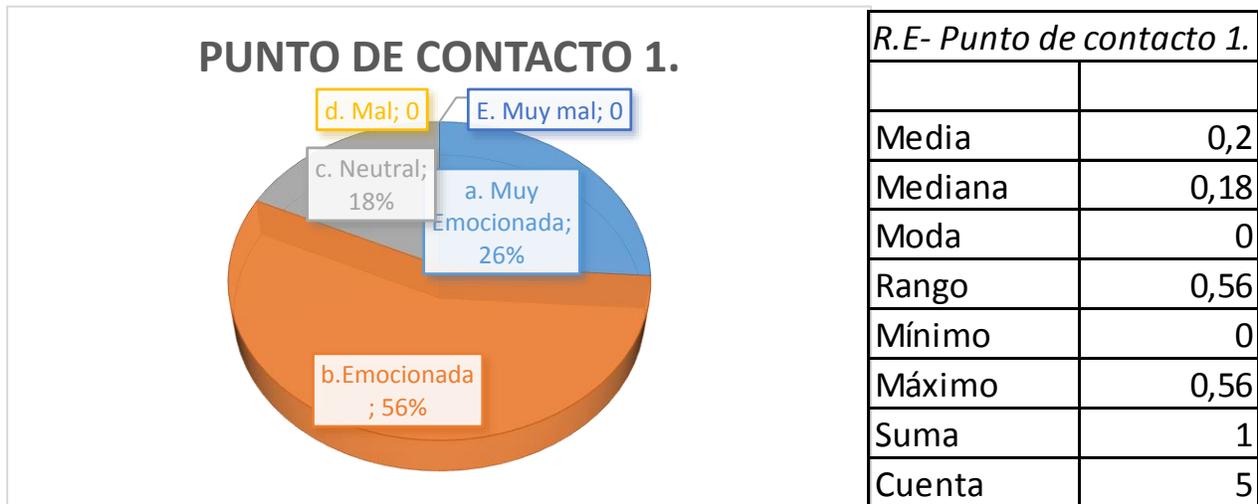
16. Comprobaciones:

Para realizar las comprobaciones de esta experiencia se realizó un video en el que se enseña al posible usuario como es la estructura y detalles de la experiencia, se mostró una tabla que señala los diferentes estímulos sensoriales que se tienen dentro de cada punto de contacto y se le entregó una encuesta donde él debía responder según lo que consideraba que cada punto de contacto le podía generar en cuanto a emoción y estado.

Interpretación de resultados.

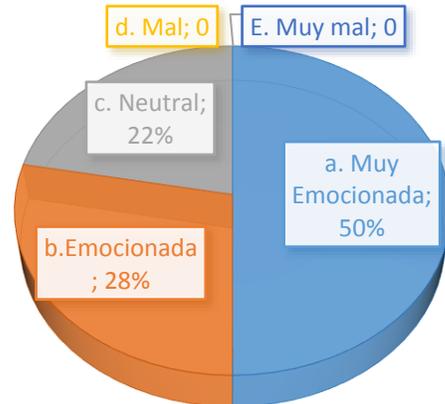
Estos resultados se dan a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta entregada a los posibles usuarios. (anexo). Muestra: 50 personas.

1. Escoge el estado de ánimo con el que más te identifiques según cada punto de contacto, identifícalo marcando con un punto sobre la línea correspondiente a cada emoción.



Se evidencia cómo en el primer punto de contacto el 56 % de las personas se siente emocionada el 26% muy emocionada seguida del 18% que se encuentra neutral, esto señala que el punto de contacto presentado logra en un % importante cumplir con su requerimiento.

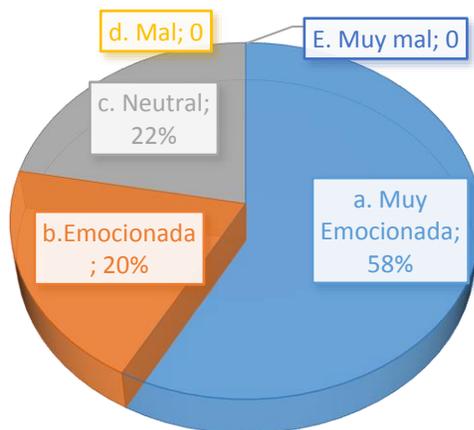
PUNTO DE CONTACTO 2.



<i>R.E-Punto de contacto 2.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,22
Moda	0
Rango	0,5
Mínimo	0
Máximo	0,5
Suma	1
Cuenta	5

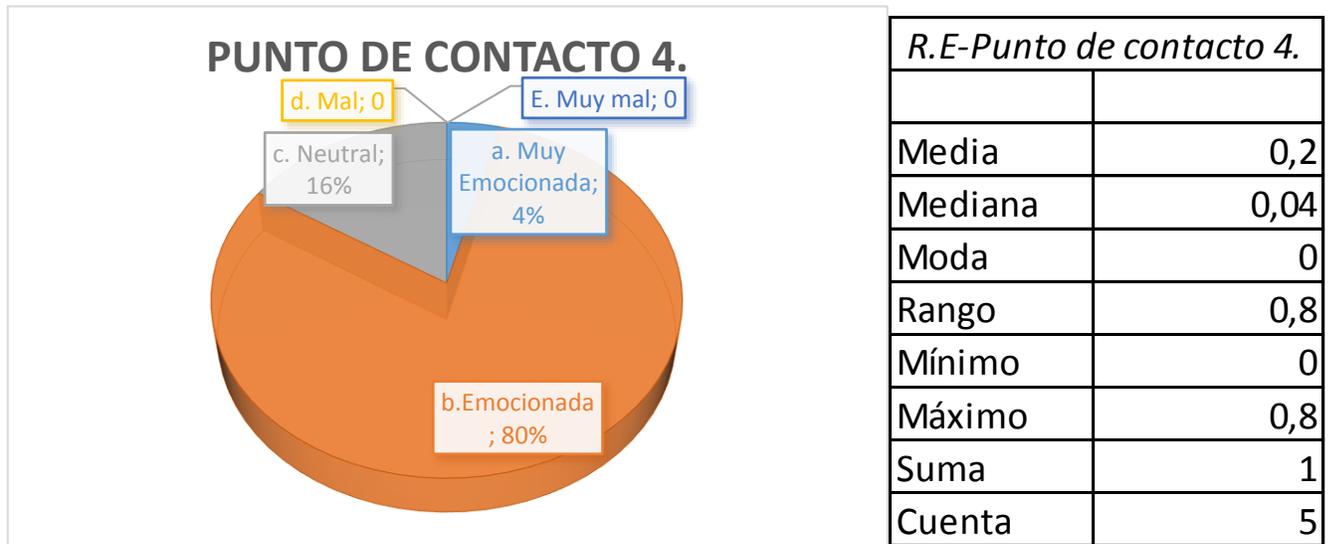
Se evidencia como el 50% de los encuestados se sentirían muy emocionados al estar en contacto con la experiencia en el punto número 2, así como seguido de un 28% que se emocionaría y un 22% que permanecería neutral.

PUNTO DE CONTACTO 3.

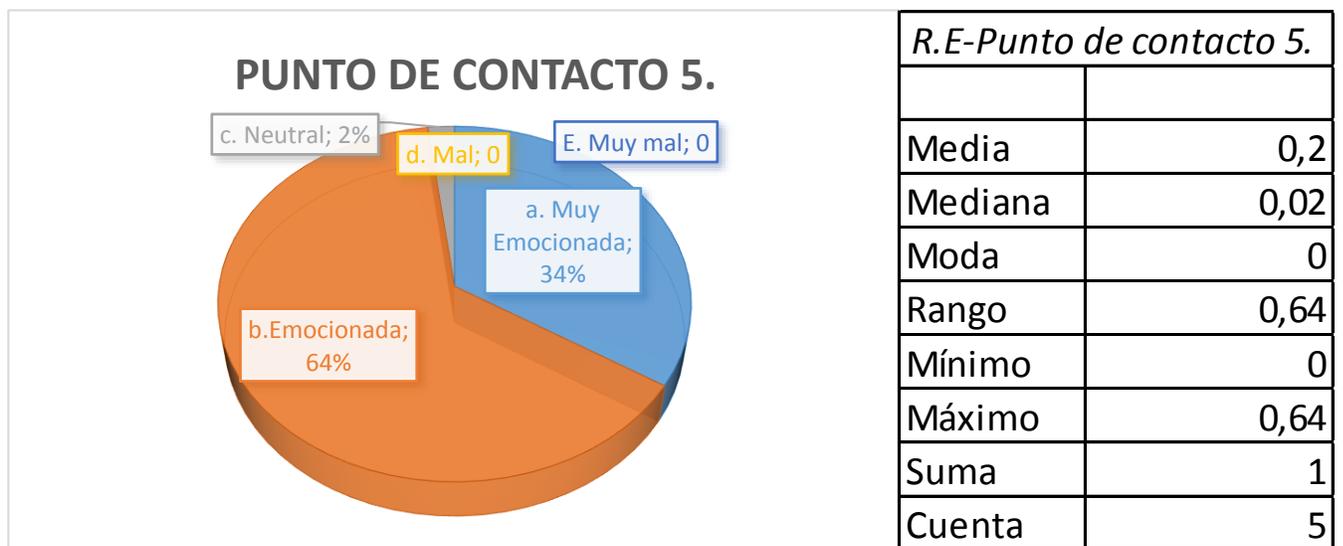


<i>R.E-Punto de contacto 3.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,2
Moda	0
Rango	0,58
Mínimo	0
Máximo	0,58
Suma	1
Cuenta	5

Se puede concluir que un 58% de los encuestados estaría muy emocionado al experimentar el punto de contacto número 3 así como el 20% se emocionaría y el 22% permanecería neutral.

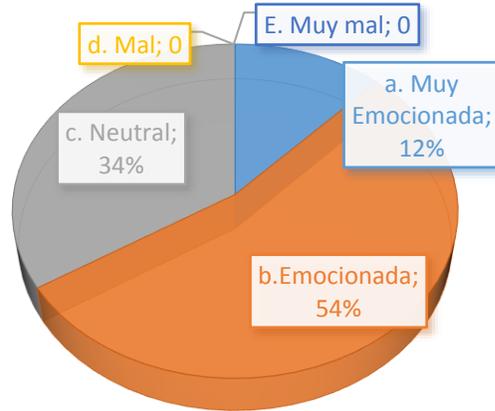


Cómo se evidencia en la gráfica el 80% de los encuestados se encontraría emocionado al experimentar el punto de contacto número 4. Así como un 4% se encontraría muy emocionado y el 16% permanecería neutral.



Gracias a la gráfica podemos identificar que un 64% de los encuestados se encontraría emocionado seguido de un 34% muy emocionado y un 2% neutral.

PUNTO DE CONTACTO 6.

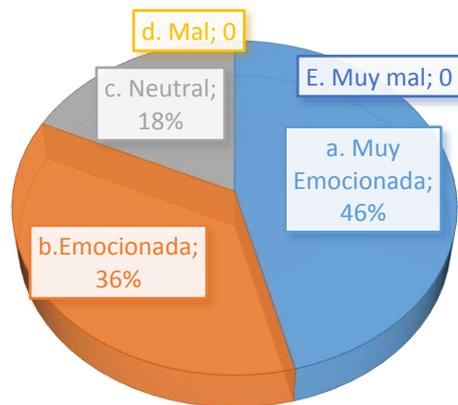


R.E-Punto de contacto 6.

Media	0,2
Mediana	0,12
Moda	0
Rango	0,54
Mínimo	0
Máximo	0,54
Suma	1
Cuenta	5

De acuerdo a los encuestados el 54% se encontraría emocionado seguido por un 34% que se encontraría neutral y un 12% que se vería muy emocionado.

PUNTO DE CONTACTO 7.

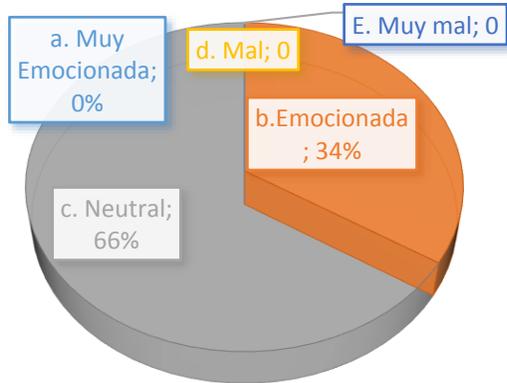


R.E-Punto de contacto 7.

Media	0,2
Mediana	0,18
Moda	0
Rango	0,46
Mínimo	0
Máximo	0,46
Suma	1
Cuenta	5

Cómo se evidencia en la gráfica 46% de los encuestados se encontraría muy emocionado al experimentar el punto de contacto número 7. Así como un 36% se encontraría emocionado y el 18% permanecería neutral.

PUNTO DE CONTACTO 8.

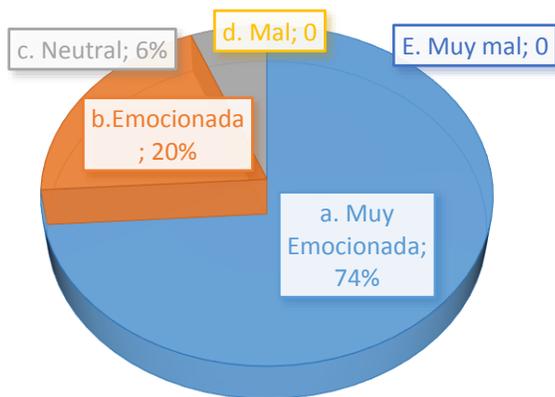


R.E-Punto de contacto 8.

Media	0,2
Mediana	0
Moda	0
Rango	0,66
Mínimo	0
Máximo	0,66
Suma	1
Cuenta	5

Gracias a la gráfica podemos identificar que un 66% de los encuestados se encontraría neutral seguido de un 34% emocionados.

PUNTO DE CONTACTO 9.

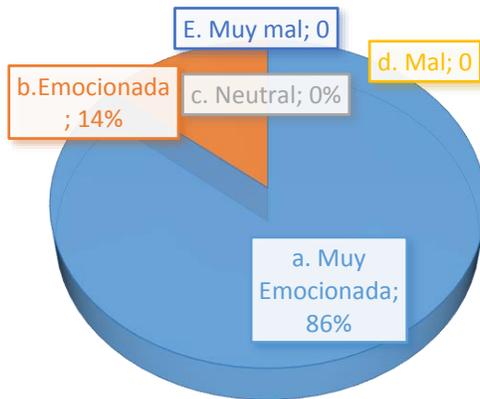


R.E-Punto de contacto 9.

Media	0,2
Mediana	0,06
Moda	0
Rango	0,74
Mínimo	0
Máximo	0,74
Suma	1
Cuenta	5

Se puede señalar que un 74% de los encuestados estaría muy emocionado al experimentar el punto de contacto número 9 así como el 20% se emocionaría seguido de un el 6% permanecería neutral.

PUNTO DE CONTACTO 10.



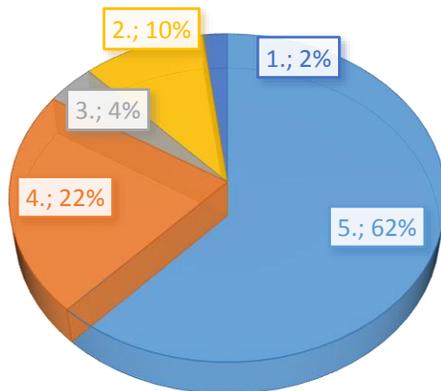
R.E-Punto de contacto 10.

Media	0,2
Mediana	0
Moda	0
Rango	0,86
Mínimo	0
Máximo	0,86
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que un 86% de los encuestados se encontraría muy emocionado con el último punto de contacto de la experiencia, así como el 14% igualmente se encontraría emocionado.

2. Dramatic arc (Intensidad) Analiza los puntos de contacto señalados e idéntica cómo te sientes, siendo 1 relajado y 5 entusiasmado:

PUNTO DE CONTACTO 1

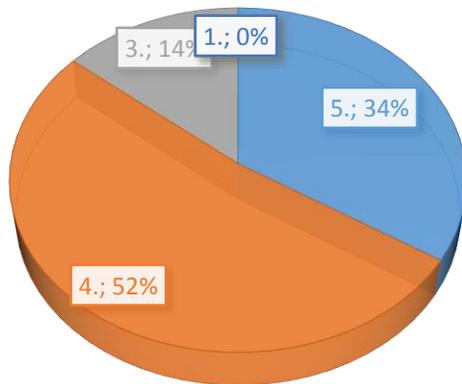


R. E PUNTO DE CONTACTO 1.

Media	0,2
Mediana	0,1
Rango	0,6
Mínimo	0,02
Máximo	0,62
Suma	1
Cuenta	5

A partir de la observación de la gráfica se puede concluir que el 62% se sentiría muy emocionado, el 22% se sentiría emocionado, seguido del 10% que se sentiría relajado, el 4% que se sentiría neutral y el 2% que se sentiría muy relajado.

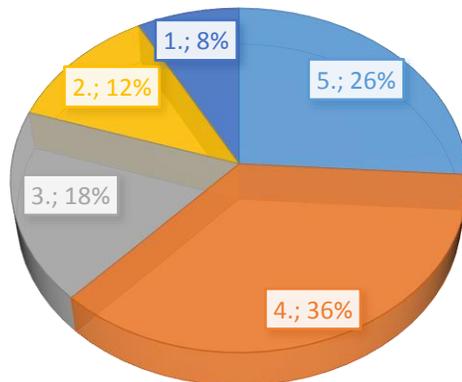
PUNTO DE CONTACTO 2.



<i>R. E PUNTO DE CONTACTO 2.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,14
Rango	0,52
Mínimo	0
Máximo	0,52
Suma	1
Cuenta	5

Se concluye que el 52% de los encuestados se encontrarían emocionados, el 34% muy emocionados seguidos del 14% que permanecerían neutrales.

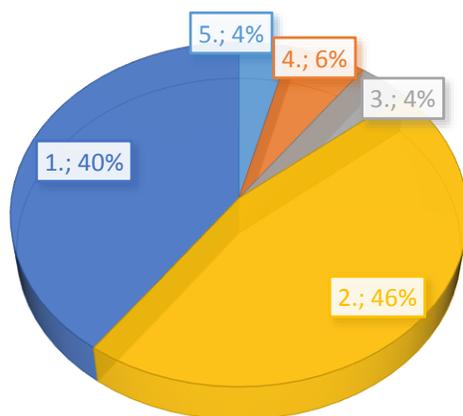
PUNTO DE CONTACTO 3.



<i>R. E PUNTO DE CONTACTO 3.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,18
Rango	0,28
Mínimo	0,08
Máximo	0,36
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que el 36% de los encuestados se encontraría emocionado, el 26% muy emocionado seguido el 18% que permanecería neutral, un 12% que se sentiría relajado y un 8% que se encontraría muy relajado.

PUNTO DE CONTACTO 4

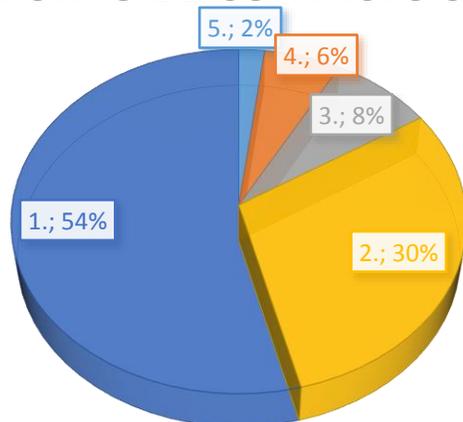


R. E PUNTO DE CONTACTO 4.

Media	0,2
Mediana	0,06
Rango	0,42
Mínimo	0,04
Máximo	0,46
Suma	1
Cuenta	5

Se concluye que el 46% de los encuestados se encontraría tranquilo, seguido de un 40% que se encontraría muy tranquilo, un 6% que se encontraría emocionado, un 4% que se encontraría muy emocionado y un 4% que se encontraría neutral.

PUNTO DE CONTACTO 5.

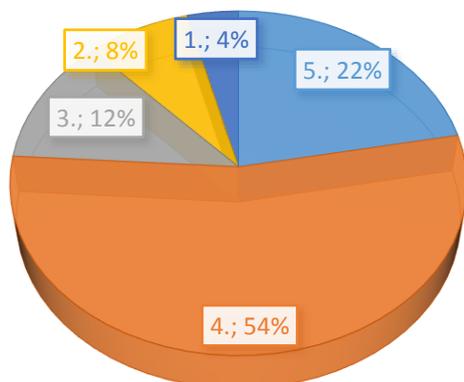


R. E PUNTO DE CONTACTO 5.

Media	0,2
Mediana	0,08
Rango	0,52
Mínimo	0,02
Máximo	0,54
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que el 54% de los encuestados se encontraría muy tranquilo, el 30% tranquilo, seguido del 8% que estaría neutral el 6% que estaría emocionado y el 2% que se encontraría muy emocionado.

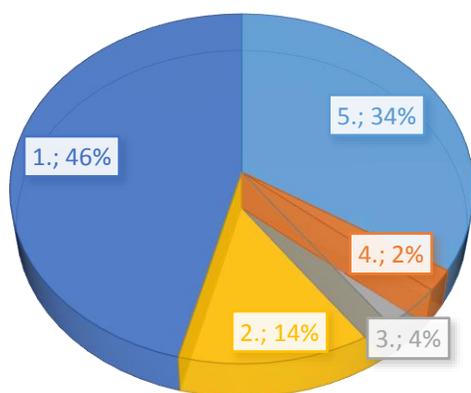
PUNTO DE CONTACTO 6.



<i>R. E PUNTO DE CONTACTO 6.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,12
Rango	0,5
Mínimo	0,04
Máximo	0,54
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que el 54% de los encuestados se encontraría emocionado, el 22% muy emocionado, seguido del 12% que estaría neutral, el 8% que estaría tranquilo y el 4% que se encontraría muy tranquilo.

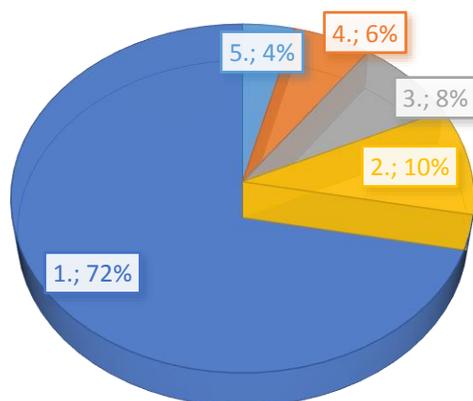
PUNTO DE CONTACTO 7



<i>R. E PUNTO DE CONTACTO 7.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,14
Rango	0,44
Mínimo	0,02
Máximo	0,46
Suma	1
Cuenta	5

A partir de la observación de la gráfica se puede concluir que el 46% se sentiría muy relajado, el 34% se sentiría muy emocionado, seguido del 14% que se sentiría relajado, el 4% que se sentiría neutral y el 2% que se sentiría muy relajado.

PUNTO DE CONTACTO 8.

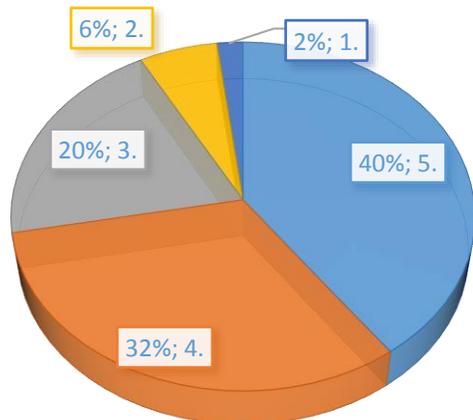


R. E PUNTO DE CONTACTO 8.

Media	0,2
Mediana	0,08
Rango	0,68
Mínimo	0,04
Máximo	0,72
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que el 72% de los encuestados se encontraría muy tranquilo, el 10% tranquilo, seguido del 8% que estaría neutral el 6% que estaría emocionado y el 4% que se encontraría muy emocionado.

PUNTO DE CONTACTO 9.

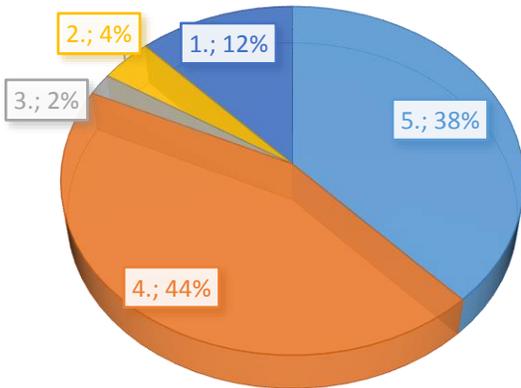


R. E PUNTO DE CONTACTO 9.

Media	0,2
Mediana	0,2
Rango	0,38
Mínimo	0,02
Máximo	0,4
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que el 54% de los encuestados se encontraría emocionado, el 22% muy emocionado, seguido del 12% que estaría neutral, el 8% que estaría tranquilo y el 4% que se encontraría muy tranquilo.

PUNTO DE CONTACTO 10.



<i>R. E PUNTO DE CONTACTO 10.</i>	
Media	0,2
Mediana	0,12
Rango	0,42
Mínimo	0,02
Máximo	0,44
Suma	1
Cuenta	5

Se evidencia que el 44% de los encuestados se encontraría emocionado, seguido de un 38% que se encontraría muy emocionado, un 12% que se encontraría muy tranquilo, un 4% que se encontraría tranquilo y un 2% que se encontraría neutral.

Conclusiones:

- Se evidencia que en su mayoría los puntos de contacto que se expresan al público logran cumplir con el propósito emocional que se busca generar.
- Los resultados permiten generar iteraciones en la propuesta para ir perfeccionando la misma y que se presenta finalmente al usuario, con el propósito de aproximarse cada vez más a lo que a este le satisface.

17. Bibliografía

- Acuerdo No. 011 de 2016. (2016). *Consejo municipal*. Obtenido de POT Dibulla la Guajira: http://dibullalaguajira.micolombiadigital.gov.co/sites/dibullalaguajira/content/files/000021/1036_plan-de-desarrollo-de-dibulla-2016--2019.pdf
- CLAC, FAIR TRADE. (2019). *Comercio justo*. Obtenido de CLAC Comercio justo: <http://clac-comerciojusto.org/comercio-justo/introduccion/comercio-justo/>
- CRS. (2019). *CATHOLIC RELIEF SERVICES*. Obtenido de La importancia del comercio justo: <https://www.crsespanol.org/la-importancia-del-comercio-justo/>
- Departamento Nacional de planeación. (17 de 05 de 2019). *Colombia en la escena global*. Obtenido de Política exterior responsable, innovadora y constructiva: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pilares-del-PND/Legalidad/Colombia-en-la-escena-global.aspx>
- Diseño Industrial y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay. (2016). *Diseño de experiencia en la cadena del turismo*. Obtenido de Diseño de experiencia en la cadena del turismo: <https://core.ac.uk/download/pdf/153562299.pdf>
- Duque, I. (18 de Mayo de 2018). Economía naranja. (D. Arizmendi, Entrevistador)
- EcuRed. (4 de Agosto de 2019). *EcuRed*. Obtenido de Desarrollo Local: https://www.ecured.cu/index.php?title=Especial:Citar&page=Desarrollo_local&id=3488604
- El impacto del turismo en comunidades locales*. (2015). Obtenido de Efectos del etno-turismo en comunidades indígenas wayuu: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ase0DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA178&dq=etnoturismo+el+colombia&ots=1qAHhOanlh&sig=z_qQiLifCaKyToVyfwrfbc1I74A#v=onepage&q=etnoturismo%20el%20colombia&f=false
- Enciclopedia banco de la república de Colombia. (2017). *banredcultural*. Obtenido de Mercados verdes: http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Mercados_verdes
- Entorno turístico. (2019). *Diseño de experiencias turísticas*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/disenio-de-experiencias-turisticas-una-mirada-a-los-elementos-que-las-conforman/>
- finanzas, M. y. (2018). que es la economía naranja. Colombia.
- Galleja, C. A. (2015). Desarrollo local en Colombia. (E. C. Vayadares, Entrevistador)
- Gobernación de la Guajira. (2012 – 2015). *Plan de desarrollo departamento de la Guajira*. Obtenido de PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA: file:///C:/Users/Natalia%20Pc/Desktop/proyecto%20de%20grado/Plan_de_desarrollo_departamento_La_Guajira.pdf
- Hurtado, H. C. (2017). ¿a que hora Palomino se volvio la playa de moda en américalatina? *SHOCK*.

- JARAMILLO, L. G. (S.f). *Etnoturismo* . Obtenido de (Mercantilización de la naturaleza):
file:///C:/Users/Natalia%20Pc/Downloads/451-1-1608-1-10-20170427%20(1).pdf
- La república. (15 de febre de 2019). *Economía*. Obtenido de El turismo en Colombia creció 7,6% en 2018 tras la llegada de 4,2 millones de visitantes:
<https://www.larepublica.co/economia/el-turismo-a-colombia-crecio-8-en-2018-tras-la-llegada-de-42-millones-de-visitantes-2828455>
- Mincolombia. (s.f.).
- Mincultura. (s.f.). *Todos por un nuevo país*. Obtenido de Iku (Arhuacos) guardianes de la vida:
www.mincultura.gov.co
- Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. (2019). *Negocios verdes y sostenibles*. Obtenido de Negocios verdes y sostenibles: <http://www.minambiente.gov.co/index.php/negocios-verdes-y-sostenibles>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO. (2007-2010). *Plan sectoria de turismo*. Obtenido de Colombia destino turístico de clase mundial:
<http://www.eumed.net/rev/turydes/10/cdmm.pdf>
- Molina, C. D. (JULIO de 2011). *ECOTURISMO EN COLOMBIA*. Obtenido de UNA RESPUESTA A NUESTRA INVALUABLE RIQUEZA NATURAL:
<http://www.eumed.net/rev/turydes/10/cdmm.pdf>
- NORMA TÉCNICA SECTORIA COLOMBIANA. (01 de 08 de 2014). *RECINTOS DE GLAMPING*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/df9abb98-e101-49f5-949a-f6fcfb3909b2/Norma-Tecnica-Sectorial-Colombiana-NTSH-0012-Recin.aspx>
- Pontifica Universidad Javeriana. (2016). Comercio justo. Colombia.
- Portafolio. (Septiembre de 2019). *Economía* . Obtenido de Turismo nacional ya está en el mapa de viajes mundiales: <https://www.portafolio.co/economia/turismo-nacional-ya-esta-en-el-mapa-de-viajes-mundiales-533984>
- registro nacional de turismo. (s.f). *Ministerio de comercio industria y turismo*. Obtenido de Ministerio de comercio industria y turismo:
http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_b769e253b706e02f6071fdafe1859b54.pdf
- Revista Dinero. (27 de 09 de 2019). *Día mundial del turismo*. Obtenido de Como va colombia en la industria sin humo: <https://www.dinero.com/economia/articulo/2019-el-ano-de-turismo-colombiano/277238>
- Secretaria distrital de planeación. (2016). *Secretaria distrital de planeación*. Obtenido de POT:
<http://www.sdp.gov.co/micrositios/pot/que-es>
- Shedroff, N. (21 de 10 de 2005). *Las emociones están en*. Obtenido de Creación de Emociones, Significados y Experiencias:
file:///C:/Users/Natalia%20Pc/Desktop/DISE%C3%91O%20DE%20EXPERIENCIA%20shedroff.pdf

toselli, C. (S.f). *Turismo ecológico* . Obtenido de aspectos generales sobre esta nueva tendencia:
<https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/viewFile/2625/3247>

UN.Televisión. (Noviembre de 2018). *Economía Naranja*. (C. A. Patiño, Entrevistador)

Unique colombia. (2019). *unique colombia*. Obtenido de alojamiento Minca:
<http://www.uniquecolombia.com/destinos/santa-marta/alojamiento-minca-ecohabs-sierra-nevada-de-santa-marta/>

Universidad Católica de Pereira. (25 de Junio de 2014). *Grafias*. Obtenido de Diseño para la sustentabilidad y el desarrollo local:
<https://biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/grafias/article/view/2296>

