

Estrategia - Poporo: Turismo, Paz y Convivencia en Teyuna



Documento de trabajo acompañado por La Tercera Mirada



LA TERCERA
MIRADA

Noviembre de 2016

Este documento contiene:

| | |
|--|-----------|
| 1. PARA EMPEZAR | 3 |
| 2. LA VISIÓN COLECTIVA: | 7 |
| 3. EL TERRITORIO | 9 |
| 4. LA ESTRATEGIA | 11 |
| A. LOS PILARES | 11 |
| ● MEJORAR LA IMAGEN DE TEYUNA DISMINUYENDO EL ESTIGMA: PREVALENCIA DE GRUPOS ARMADOS AL MARGEN DE LA LEY Y DE LA ILEGALIDAD VERSUS LA TRANSICIÓN A LA LEGALIDAD QUE IMPULSA EL TURISMO EN LA ZONA. | 12 |
| ● BASURAS: UNA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS DEL TURISMO QUE DEBE SER CONSCIENTE Y COLECTIVA | 13 |
| ● CONSOLIDACIÓN DEL DESTINO DESDE UNA VISIÓN SOCIOECOSISTÉMICA: | 13 |
| ● INFRAESTRUCTURA PARA EL TURISMO | 14 |
| ● ESTRUCTURA: SUPERAR LAS NECESIDADES BÁSICAS Y CUALIFICAR A LA POBLACIÓN EN SU PROPIO SABER Y EN EL ESPECÍFICO PARA POTENCIAR EL TURISMO, PAZ Y CONVIVENCIA | 15 |
| ● ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO, PAZ Y CONVIVENCIA: | 16 |
| ● SOBERANÍA ALIMENTARIA: PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA Y REDUCIR LOS COSTOS DE COMPRAR ALIMENTOS POR FUERA DEL TERRITORIO: | 16 |
| 5. LOS PROCESOS | 18 |
| ● CONCERTACIÓN | 18 |
| ● MOVILIZACIÓN | 18 |
| ● RENDICIÓN DE CUENTAS | 18 |
| ● MEDICIÓN Y APRENDIZAJE | 19 |
| ● GENERACIÓN DE ESTRATEGIA | 19 |
| ● EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA | 19 |
| 6. LOS PROTAGONISTAS | 20 |
| 7. BIENESTAR: IMPACTOS BUSCADOS EN TURISMO, PAZ Y CONVIVENCIA: | 24 |
| 8. GOBERNANZA | 25 |
| 9. PLAN MARCO OPERATIVO: | 27 |

1. Para Empezar

Este documento sintetiza la estrategia para la consolidación del Turismo, Paz y Convivencia en el destino Teyuna o Ciudad Perdida definida o cocreada por sus protagonistas: autoridades indígenas de la Comunidad Wiwa y de la Kogui, algunas de las entidades con autoridad en el territorio: Parques Nacionales Naturales, el ICAHN e integrantes de la cadena de valor y de la institucionalidad asociada al turismo, la paz y la convivencia de las veredas: El Mamey o Machete Pelao, Quebrada del Sol, Casa de Tabla, Honduras, San Martín, y La Aguacatera. La cocreación o creación colectiva y colaborativa de esta estrategia se dio durante los días 25 y 26 de mayo de 2016 en área rural del municipio de Santa Marta. Este documento es un compendio de esa cocreación y se reconoce que para generar una estrategia legítima para todos los grupos de interés, parte de las acciones a seguir es recuperar las conversaciones con los grupos indígenas a través de los instrumentos constitucionales.

La metodología de trabajo se basó en técnicas de Design Thinking (Pensamiento de Diseño) que resaltaron el valor del pensamiento visual (Visual Thinking), mediante el uso de herramientas como figuras, diagramas y notas de colores adhesivas para construir y discutir diversos elementos. Esta metodología permitió promover procesos de ideación colectiva, en los que se reconoció el valor de los aportes individuales de todos los participantes, pero también el valor de la creación colectiva en torno a preguntas que permitieron configurar la estrategia.

Los resultados de este ejercicio se traducen y expresan concretamente en:

- la visión colectiva definida por los participantes del proceso de cocreación;
- los factores determinados como críticos para cumplir la visión;
- los objetivos;
- los actores; y
- el esquema de gobernanza necesario para cumplir los propósitos de esta estrategia.

Este ejercicio colectivo de estrategia se basa en la hipótesis que para consolidar efectivamente un destino como de turismo, paz y convivencia, se requiere asegurar condiciones territoriales referidas a la satisfacción de las necesidades básicas de la población, la consolidación de su tejido social como capital estratégico, la comprensión y protección de su socioecosistema, además de un entorno habilitante referido a la infraestructura, capacidades institucionales y condiciones de acceso al destino que permitan dar respuesta a las dinámicas del mercado turístico.

Para lograr esta consolidación, en el caso puntual de Teyuna, se cuenta al menos con cuatro factores diferenciales principales: (i) un tejido social que se ha fortalecido gracias al

aprendizaje de 10 años de desmovilización de grupos armados, especialmente paramilitares; (ii) el desmonte de cultivos ilícitos en favor de otras actividades productivas como el turismo; (iii) la organización comunitaria de campesinos y de indígenas en torno al turismo en la región; (iv) el posicionamiento y consolidación del destino con una alta afluencia de visitantes extranjeros, pero con el autoreconocimiento de que hay retos inmensos para mantenerlo en el tiempo y lograr que sea verdaderamente sostenible; y (v) La mezcla entre la Sierra Nevada de Santa Marta y las culturas que la habitan, lo cual si bien representa una gran potencialidad para el turismo y para su propio desarrollo, en la actualidad es un reto dado que las comunidades indígenas, desde su interpretación del mundo y modos de vida, no consideran el turismo como un factor de bienestar.

Como parte de las acciones fundamentales para la estrategia de turismo, paz y convivencia de Teyuna, es fundamental superar los retos y barreras para trabajar de manera colectiva y colaborativa por su visión, en especial porque aún hay desacuerdos entre comunidades indígenas y campesinas comprendiendo que la mayoría del territorio del camino a ciudad perdida es de autoridad indígena. Igualmente se requiere compromiso y conocimiento profundo de las entidades públicas sobre las dinámicas reales del territorio para su apoyo estratégico, vencer el estigma de violencia que carga el destino, desligarse por completo de las bandas criminales y extorsivas que han llegado al territorio luego de la desmovilización, solucionar problemas de basuras, dar manejo efectivo de la capacidad de carga, consolidar una sana competencia en lugar de un monopolio inequitativo, entre otros que en detalle se presentan en este informe. En este sentido es clara la oportunidad que tiene el territorio, venciendo estas barreras, de continuar un proceso muy interesante de consolidación territorial con el turismo como una de las principales herramientas para su crecimiento económico, con sostenibilidad ambiental y equidad social. Este territorio sería entonces un modelo para el país sobre cómo se puede utilizar el turismo en un escenario de pos-acuerdo para transformar positivamente la vida de las personas que dejan zonas que fueran de conflicto armado como este territorio.

Características y diferenciales:

Tomado de Google Maps.

Un tejido social que se ha fortalecido gracias al aprendizaje de 10 años de desmovilización de grupos armados

Teyuna o Ciudad Perdida es mucho más que un destino de turismo de naturaleza que los extranjeros y nacionales amantes de la naturaleza y de la cultura visitan. El corredor entre la Aguacatera y Ciudad Perdida era una zona aislada, dedicada a la economía de la coca y dominada hasta hace una década por el paramilitarismo. Ahora, 10 años después de la desmovilización del Bloque de Resistencia Tayrona, en la vereda Quebrada del Sol, se evidencia una comunidad que ha encontrado en el turismo el soporte para insertarse en la legalidad y sustituir la coca, fortalecer su tejido social y forjar una realidad distinta a partir

de la reconciliación, la reinserción de excombatientes y la unión comunitaria para desarrollar la actividad turística.

El desmonte de cultivos ilícitos en favor de otras actividades productivas como el turismo

En el departamento del Magdalena, el único lugar donde se desarrollaron cultivos de coca de manera sistemática y masiva, fue la Sierra Nevada de Santa Marta. El área sembrada en 2008 era de 551 hectáreas detectadas, en 2014 se detectaron 9 (UNODC, 2014). Esta disminución de la coca (casi erradicación) ha sido posible en gran parte gracias al desarrollo del turismo en la región.

La organización comunitaria de campesinos y de indígenas en torno al turismo en la región

El turismo en esta región ha sido el soporte del fortalecimiento de las comunidades de la región, luego de la desmovilización de paramilitares hace una década. Las comunidades crearon ASOJUNTAR, que es un modelo de gestión comunitaria a través del turismo, y como tal es también un caso digno de resaltar, ya que además resulta fundamental para la implementación de la estrategia. Hoy en día, esta asociación conformada por las 6 juntas de acción comunal de las veredas, es dueña de una operadora llamada Mega Sierra que ofrece el tour a Ciudad Perdida o Teyuna entre otros atractivos. La organización, también percibe una tarifa por cada turista que ingresa al camino teyuna y ha podido re-distribuir beneficios a sus comunidades arreglando vías, poniendo contrapartidas para proyectos de desarrollo, aportando al mantenimiento de infraestructura de energía eléctrica, y pagando el salario de un profesor en Mamey, así como el de la ecónoma y el del fontanero del acueducto de Quebrada del Sol (Grupo focal, Miembros de la Cadena de Valor de Ciudad Perdida, mayo de 2016).

Asimismo, se identificó que las comunidades campesinas de la parte baja del sendero y las comunidades indígenas de la parte alta han logrado espacios de diálogo y concertación de manera cotidiana para acordar roles y beneficios mutuos entorno a la actividad turística, manteniendo el respeto y una convivencia armoniosa.

El posicionamiento y consolidación del destino con una alta afluencia de visitantes extranjeros

Actualmente, 14.000 turistas recorren el sendero que conduce hacia Teyuna desde el Mamey; de éstos, sólo el 15% son colombianos (ICAHN). Este destino se ha consolidado como uno de los mayores atractivos en Colombia para los turistas internacionales. Si bien este éxito ha permitido el desarrollo de los procesos comunitarios enunciados anteriormente, también ha generado un desafío en la adecuada gestión del mismo; por esa razón este es un factor de gran importancia y determina en gran parte los cimientos y al mismo tiempo los desafíos de esta estrategia.

La mezcla entre la Sierra Nevada de Santa Marta y las culturas que la habitan

Los Kogui, los Wiwas, los Arhuacos y los Cancuamos son culturas ancestrales que basan su comprensión del mundo en este territorio que habitan; territorio considerado el corazón del mundo y llamado comúnmente Sierra Nevada de Santa Marta. Esta zona es a su vez la montaña más alta del mundo cerca al mar y alberga una inmensa biodiversidad. La Sierra y sus habitantes constituyen un socio-ecosistema único en el mundo, un santuario de la vida y de culturas ancestrales que ahora conviven también en la parte baja con familias campesinas en veredas y pequeños centros poblados. Esta diversidad cultural en un entorno único y majestuoso es un factor trascendental de diferenciación.

2. La visión colectiva:



Mapa 1: Mapa de la interpretación del territorio de los cocreadores de la estrategia

Para el 2021, los actores de Turismo, Paz y Convivencia de Ciudad Perdida, habrán consolidado el destino como atractivo y sostenible, brindando una experiencia de naturaleza e historia al turista, bienestar para las comunidades relacionadas (campesinos e indígenas) y unión para la preservación del socioecosistema.

El destino ofrecerá al visitante local y foráneo una experiencia de naturaleza e historia viva de comunidades indígenas y campesinas en convivencia, desde el momento en que ingresen de la vía principal al sendero, viviendo un lugar resiliente: recuperado de la violencia y de la deforestación, con nuevas rutas para ofrecer, con desarrollo local y diversificación económica, servido por una población conectada con el mundo, saludable y que cuenta con calidad educativa.

Esta visión colectiva al 2021 reconoce la necesidad de cumplir con la estrategia para alcanzarla. La Estrategia de este territorio para el Turismo la Paz y la Convivencia se denominó por sus cocreadores “Poporo” porque es el objeto usado por los indígenas Kogui, Wiwas y Arhuacos de la Sierra Nevada para adquirir sabiduría, salud y aprender del pasado, de sus ancestros. De este modo, se comprende la estrategia como reconocedora de lo que han vivido y generadora de sabiduría.

La visión se alcanzará a través de esta estrategia que busca consolidar el destino generando una visión compartida de las características y potencialidades turísticas del mismo para su aprovechamiento desde una visión de mercado y en función del bienestar de la comunidad relacionada con sostenibilidad ambiental, definiendo formas para su aprovechamiento, sus productos-experiencias, tipo de promoción y canales, precio justo, entre otras clave.

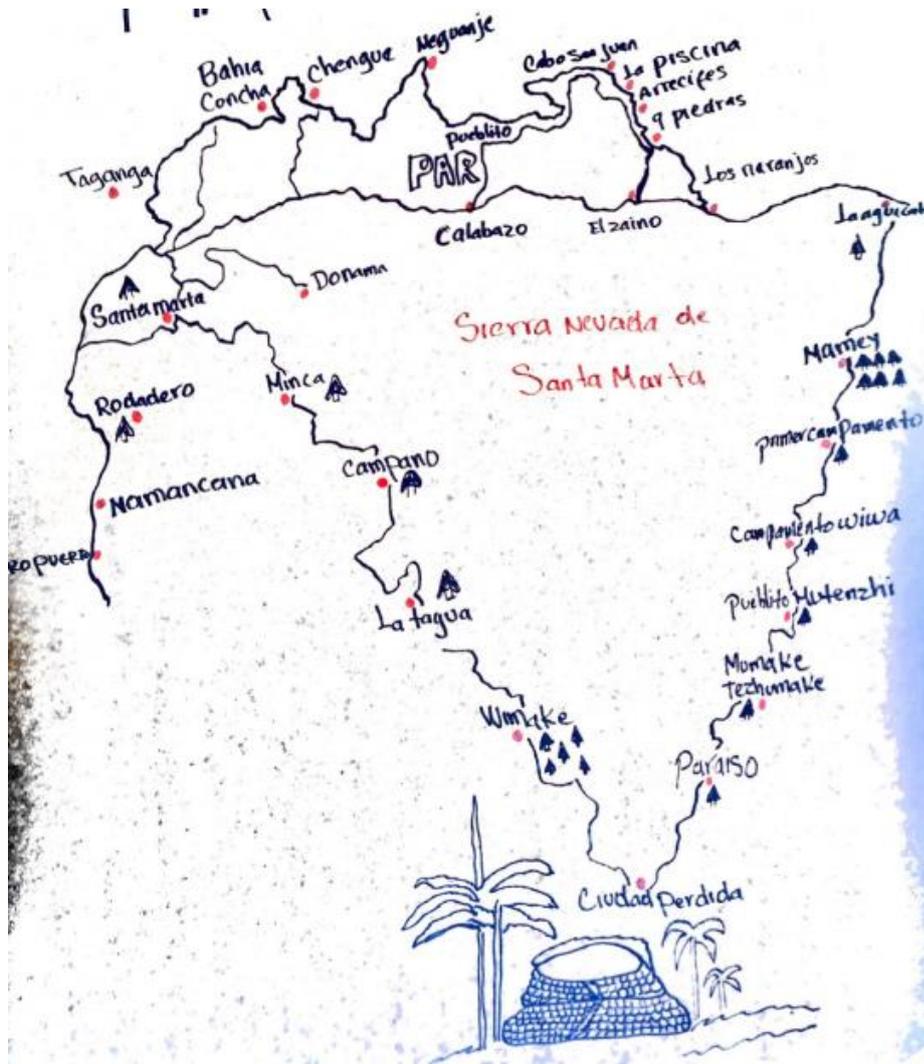
3. El Territorio

El territorio en donde se dará esta visión se determinó primero a través de dos mapas realizados por los participantes en la fase de mapeo. Estos ilustran la noción territorial que se tiene de Teyuna como destino. Gracias a este ejercicio inicial, los cocreadores de la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia de Teyuna, identificaron la necesidad de redefinir el territorio para esta visión.

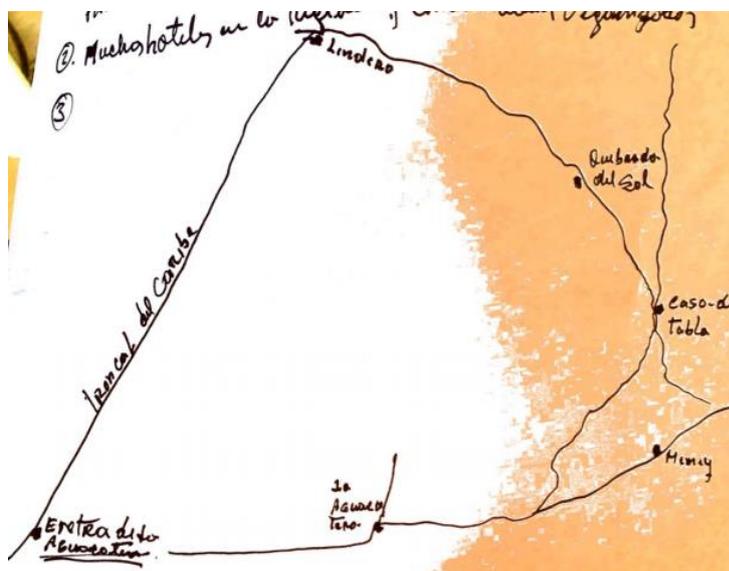
Para comprender el territorio hay que reconocer la condición especial de ser área protegida, inmersa en el Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta y localizada bajo la jurisdicción territorial y de gobierno ancestral del Resguardo Kogui-Malayo-Arhuaco. Lo anterior hace que su planificación y gestión se desarrolle dentro del marco del Estado Social de Derecho consagrado en la Constitución Política de Colombia. Y si bien el ICANH y Parques Nacionales Naturales (PNN) son las entidades encargadas de su manejo, existen dos comunidades afectadas positiva y negativamente por el turismo: los campesinos colonos de la Sierra Nevada y los indígenas que reclaman el territorio que ancestralmente les pertenece (Luis Pardo, Universidad de los Andes, 2012).

En la actualidad, el territorio está dado por un sendero con una sola entrada, que recorren los turistas para llegar hasta Ciudad Perdida. La necesidad de que el Sendero tenga dos vías de acceso se da porque actualmente la ruta pone en riesgo el socioecosistema y disminuye la capacidad de carga. La entrada se realiza en camionetas grandes por la Vereda La Aguacatera sobre la Troncal del Caribe hasta la vereda El Mamey, y desde allí caminando hasta Teyuna, pasando por los 5 campamentos que se encuentran en el camino. La noción e influencia de este destino abarca un área que trasciende este sendero. En primer lugar se evidenció que son 6 las veredas que dependen de la actividad turística y hacen parte de ASOJUNTAR (la asociación de las Juntas de Acción Comunal de las 6 veredas). En el segundo mapa se puede ver que hay otra entrada por El Lindero y conecta a las veredas Quebrada del Sol y Casa de Tabla con la vereda El Mamey. En este sector se están proyectando nuevas rutas y ya han empezado a llegar turistas de manera incipiente. Por otra parte se conecta a este territorio la Vereda San Martín, que hace parte de ASOJUNTAR.

Asimismo se visiona la reapertura del corredor que conecta la Vereda La Tagua con Ciudad Perdida; éste sería otro corredor que sale desde Santa Marta y pasa por: Minca, La Tagua, Wimake y llega a Ciudad Perdida. Para que este sendero sea habilitado, debe ser autorizado por el Pueblo Wiwa y sus autoridades tradicionales. Durante la sesión de estrategia, David Gil, representante del cabildo Wiwa, manifestó que en este momento ellos están discutiendo internamente la posibilidad de abrir el sendero.



Mapa 2: Mapa sobre interpretación de territorio de los cocreadores de la estrategia



Mapa 3: Mapa detallado de interpretación del territorio de los cocreadores de la estrategia

4. La Estrategia

Para alcanzar la Visión de Turismo, Paz y Convivencia, los representantes del eslabón de la cadena productiva del turismo han definido los siguientes objetivos, categorizados en distintas perspectivas que aseguran que nada falte. Estos hacen referencia a las grandes acciones que conducirán a la visión. Es a partir de estos grandes objetivos desde donde se diseña la estrategia y su gestión es corresponsable, entre los integrantes de la cadena de turismo local, las autoridades locales y nacionales y demás entes relacionados.

Para alcanzar la Visión 2021, se requiere gestionar estos grupos de objetivos que tienen que ver con:

1. Lo que es necesario para los integrantes de la cadena productiva de turismo de Teyuna, que son los gestores de la estrategia, en términos del despliegue del proyecto de Turismo, Paz y Convivencia, el aprendizaje, mejoramiento y crecimiento de manera sostenible. Esta categoría de objetivos se nombrará en adelante: **Los pilares**.
2. Los pasos que se deben seguir siempre, como un circuito o un sendero de acciones de valor que permitirán lograr los objetivos. Esta categoría se nombrará en adelante: **Los procesos**.
3. Los grupos de interés y de qué forma se deben relacionar con ellos para cumplir con la Visión. Esta categoría se nombrará en adelante: **Los protagonistas**.
4. La forma en que se obtendrán recursos económicos y técnicos gracias a la estrategia. Esta categoría se nombrará en adelante: **Lo financiero**.
5. Los logros que se busca obtener con la estrategia a nivel de la comunidad y la preservación del medio ambiente. Esta categoría se nombrará en adelante como: **El bienestar**.

a. Los Pilares

Como se explicó, los pilares corresponden a los factores críticos de éxito o asuntos fundamentales en los que se asienta la estrategia y que ayudan a los gestores de la misma a crecer y a sostenerse. A continuación aparecen cada uno de los pilares identificados por los participantes en el proceso de estrategia, así como los objetivos y las acciones urgentes para cada uno de ellos. En la Gráfica 1 aparecen estos objetivos de manera sintética:



Gráfica 1: Objetivos Estratégicos Teyuna

- Mejorar la imagen de Teyuna disminuyendo el estigma: prevalencia de grupos armados al margen de la ley y de la ilegalidad versus la transición a la legalidad que impulsa el turismo en la zona.

A pesar de que la desmovilización de los paramilitares en el 2006 en Quebrada del Sol sentó un punto de partida para forjar una realidad distinta en la vida de todas las comunidades que habitan este territorio del sendero a Ciudad Perdida, y de la transición dada de los Cultivos de Coca¹ a la actividad turística como opción de legalidad, la cual en la actualidad representa cerca de 14.000 turistas al año y cerca de 3.500 familias que viven de esta actividad, aún persiste cierta influencia de grupos al margen de la ley que impide que el estigma de zona conflictiva ceda para potenciar el destino.

Los habitantes de las veredas son conscientes que sobre ese territorio existe un estigma de violencia, paramilitarismo, narcotráfico e ilegalidad, que está basado en hechos violentos que han incidido también en la cadena de valor del turismo. Esto se evidencia en hechos como el asesinato de Fernando Salas, propietario de una operadora turística de la zona - Expotur-, la presencia e influencia que ejerce el Clan Pachenca (BACRIM) en el territorio, la captación de recursos de la cadena por parte de este grupo armado, entre otros. Aunque esta realidad constituye el presente, los habitantes y actores de la cadena productiva exponen que ésta dinámica ilegal y de conflicto ha ido cediendo ante el incentivo del turismo y reconocen la entrada de una nueva realidad en donde su vida ha mejorado. Esto lo expresan indicando que la zona es tranquila, que no ha ocurrido ningún evento resultado del conflicto que impacte a los turistas y que el turismo se desarrolla sin ningún problema. Este estigma ha generado ausencia institucional por parte de la Alcaldía de Santa Marta y una mala imagen para el destino de manera generalizada y que afecta a toda la población (las 3.500 familias que viven del turismo, de acuerdo a ASOJUNTAR).

¹ Reducción de 97% de las hectáreas sembradas con coca en el Magdalena entre 2007 y 2015 de acuerdo a UNODC.

Objetivo estratégico de Sentido de Pertenencia:

Comprender y apropiarse la identidad del destino, el cual está valorado como el “corazón del mundo” por la cosmogonía indígena. Esta comprensión, desde lo indígena, pero también desde lo campesino, su historia de conflicto armado y el camino que se está recorriendo hacia la paz, son elementos que deben ser comprendidos y apropiados por quienes gestionen el proyecto de Turismo, Paz y Convivencia.

- **Basuras:** una gestión de los residuos del turismo que debe ser consciente y colectiva

Todos los integrantes de la estrategia coinciden que están teniendo un problema con el manejo de las basuras en el sendero afectando el socioecosistema. Ante el aumento de la afluencia de turistas hacia Ciudad Perdida, se ha evidenciado la falta de esquemas e infraestructura mínima y adecuada para el manejo de residuos sólidos, es por esto que las basuras que actualmente se acumulan en el sendero y en distintos lugares del recorrido como las cabañas, se identifica como una de las principales barreras para lograr la visión de un destino sostenible que debe preservar la belleza del paisaje de la Sierra Nevada.

Para su gestión se reconocen como corresponsables la Institucionalidad del Distrito de Santa Marta, que debe cumplir con su obligación de gestionar los residuos, dar educación en el manejo de residuos a los habitantes del corregimiento y también se identifican como corresponsables los integrantes de la cadena que deben diseñar una estrategia para la disposición y gestión de residuos de su actividad.

Objetivo estratégico de Gestión de residuos:

Cocrear entre los corresponsables (institucionalidad y cadena productiva del turismo), una estrategia de gestión adecuada de residuos producto de esta actividad.

- **Consolidación del destino desde una visión socioecosistémica:**

Si bien, la actividad turística trae oportunidad de desarrollo en los territorios sin la gran inversión y tiempo de consolidación que la industria tradicional requiere (“el turismo trae el desarrollo a la casa”²), ésta no es inocua en los lugares, de hecho, genera alto impacto social y ambiental. Por esta razón, el cálculo de la capacidad de afluencia de públicos que puede soportar el destino es factor crítico para impedir que ese impacto deteriore las dinámicas del socioecosistema. Para el sendero, se han realizado unos primeros esfuerzos en identificar por lo menos, la cantidad de turistas que se pueden alojar pero es clave determinar esta capacidad con relación al impacto integral.

² Entrevista con Jaime Polanco, del Programa de Transferencia de Productividad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La capacidad de carga debe comprenderse por los integrantes de la cadena relacionada, no como una limitante, sino como una oportunidad de gestión organizada que les permite la sostenibilidad. En la actualidad, la capacidad de carga es una barrera en función de los posibles ingresos, dado que determina un número restrictivo de turistas en la zona. Sin embargo, con un buen diseño de precio y la potenciación del producto, esta comprensión puede cambiar.

De igual forma, para la gestión de este factor crítico y para el aprovechamiento de un turismo sostenible de paz y convivencia, se identifica la necesidad de armonizar los objetivos de conservación de Teyuna como sitio sagrado de las cuatro comunidades oriundas de la Sierra, con la oportunidad para miles de familias de trabajar en el turismo de naturaleza y cultura como opción para su bienestar.

Otro elemento clave dentro de este factor es el inventario de los distintos productos turísticos complementarios al sendero, su puesta a punto y el aprovechamiento de los mismos.

Objetivo estratégico de Visión compartida socioecosistémica:

Cocrear entre los corresponsables (institucionalidad y cadena productiva del turismo) un esquema de turismo con visión socioecosistémica que reconozca los grupos poblacionales y las visiones de las entidades relacionadas.

- **Infraestructura para el turismo**

Dinamizar la infraestructura es un factor crítico dado que proporciona el entorno de competitividad necesario para la productividad del negocio. En este sentido, se encuentra como fundamental el aprovisionamiento de los habitantes de servicios públicos, el mejoramiento de la conectividad, no con una mirada hacia el turista necesariamente, que dada la vocación del destino puede preferir el consumo sin conexión, sino para los habitantes del destino que requieren de internet para mejorar sus prácticas, promocionar el destino, hacer negocios, entre otras que favorezcan su productividad.

Hay que tomar en consideración que esta zona cuenta con la infraestructura que dejaron las estructuras paramilitares que tuvieron dominio del territorio, que es básica y limita las posibilidades de desarrollo, accesibilidad, acceso a bienes públicos y comunicación adecuados, pues correspondieron a lógicas distintas al desarrollo comunitario. Se deben mejorar las vías, las cabañas, las telecomunicaciones, los lugares para el acopio y manejo de basuras, los puntos de los senderos, la infraestructura de servicios públicos para las distintas veredas, entre otras.

De igual forma, reabrir el segundo ingreso al sendero, requiere de una inversión para su adaptación de calidad, al igual que es necesario el mejoramiento de las condiciones de infraestructura señaladas.

Objetivo Estratégico de Infraestructura:

Fortalecer el acceso a Ciudad Perdida y sus condiciones para su puesta y mantenimiento en valor y su sostenibilidad socioecosistémica.

- Estructura: superar las necesidades básicas y cualificar a la población en su propio saber y en el específico para potenciar el turismo, paz y convivencia

Los corregimientos y poblados en donde se asientan los integrantes de la cadena productiva del proyecto de turismo, paz y convivencia son de jurisdicción del Distrito de Santa Marta. Como se identificó en campo, pues las cifras sobre corregimientos no se levantan claramente, los habitantes de estos corregimientos viven aún en condiciones complejas, hacinamiento, difícil acceso a centros de salud, malas condiciones o inexistentes servicios públicos y esquemas educativos que no aseguran la calidad. La superación de estos asuntos referidos a las necesidades básicas es fundamental para asegurar un entorno competitivo y la sostenibilidad de la paz y la convivencia.

Además de la necesaria cobertura de las necesidades básicas por parte de las autoridades pertinentes, es clave la definición y adopción de un currículo especial en el cual se trabaje a profundidad la pedagogía de la paz, el bilingüismo y el pensamiento emprendedor; esto para las futuras generaciones de un territorio que podría concentrarse en el turismo como vocación económica. Para los actuales líderes y participantes de la cadena, se requiere formación en temas especiales sobre emprendimiento, finanzas, mercadeo, turismo, bilingüismo, trabajo en equipo y en competencias blandas que les ayuden a gestionar el destino.

Objetivo estratégico de Necesidades básicas satisfechas:

Disminuir las necesidades básicas insatisfechas de las comunidades relacionadas con la estrategia (64.8% de las personas viven con necesidades básicas no resueltas):

- Establecimiento de Política Pública de Turismo, Paz y Convivencia:

Esta estrategia fue construida o cocreada por los integrantes de la cadena turística de Teyuna, por lo cual tiene un valor significativo y representativo dado el enfoque participativo bajo el que se ha construido. Se basó en una fase amplia de mapeo desde lo que los habitantes del entorno perciben sobre sus propias dinámicas, y a partir de esta información se cocreó la estrategia. Al ser participativa y cocreada por la comunidad de interés, la estrategia puede y debe elevarse al estatus de política pública para garantizar su seguimiento, cumplimiento, articulación interinstitucional, asignación de recursos y esquema de gobernanza legítimo ante la institucionalidad pública y la comunidad.

Es factor crítico en especial, porque el desinterés institucional ha sido un factor histórico en este territorio, la ausencia del estado es una condición que reconocieron los participantes del ejercicio de cocreación de manera unánime: “Las únicas instituciones del estado que hacemos presencia somos Parques Nacionales, Ejército y el ICANH”, expuso Septimio Martínez.

Objetivo estratégico de Diseño y adopción de Política Pública³ de Turismo, Paz y Convivencia Teyuna:

Cocrear un documento Distrital de Política Pública de Turismo, Paz y Convivencia entre los corresponsables (institucionalidad, cadena productiva del turismo y comunidad), usando como insumos fundamentales los resultados del mapeo y cocreación estratégica de Turismo, Paz y Convivencia Teyuna,

- Soberanía alimentaria: para mejorar la calidad de vida y reducir los costos de comprar alimentos por fuera del territorio:

Si bien el tema de seguridad alimentaria tiene mayor relación con el desarrollo de una estructura comunitaria y el cubrimiento de las necesidades básicas, se determinó como un objetivo de los pilares clave e independiente al de estructura, pues como se ha manifestado, la comunidad identifica la necesidad de obtener de la siembra los principales alimentos y de paso, proveer a la cadena turística de sus requerimientos.

“La gente ya no está cultivando” fue una frase con frecuencia utilizada en las entrevistas y en los grupos focales de esta estrategia. Otras frases como: “Me encantaría volver a arañar

³ Se entiende en este contexto política pública como el “conjunto de decisiones políticas y acciones estratégicas que llevan a la transformación de una realidad social, que tanto los ciudadanos y ciudadanas como quienes representan al Estado han determinado como importante o prioritaria de transformar, dado que subsisten en ella condiciones de desequilibrio y desigualdad que afectan la calidad de vida. La política pública plantea una distribución diferente de lo existente, en especial y de manera estructural, del poder y su relación con la distribución de los bienes o servicios, y de éstos en atención a la materialización de los derechos individuales y colectivos teniendo en cuenta contextos y territorios políticos y sociales” (Alcaldía de Bogotá).

a tierra, todo lo compramos, nada cultivamos y esto resulta más caro” de Doña Sonia, Presidenta de la Junta de Acción Comunal del Mamey, evidencian el gran valor que todavía tiene cultura campesina. En la visión se plantea la recuperación de la actividad agrícola en la región aprovechándola para potenciar la actividad turística.

Otro argumento que soporta este Objetivo es que los grupos armados al margen de la ley monopolizan la provisión de alimentos manejando los precios y su disponibilidad. Generar la oportunidad de tener autonomía en los alimentos disminuye la presión de esta intermediación y la desestimula.

El fortalecimiento de la actividad agrícola en el territorio se plantea en la estrategia como escalonado, comenzando desde ejercicios piloto para reconocer buenas prácticas y aprendizajes, para luego escalarlos y/o replicarlos. Un factor crítico para que éste sea posible es el acompañamiento efectivo y con enfoque de género al tema de restitución de tierras, capacidades productivas y de negocios.

Objetivo estratégico de Seguridad alimentaria:

Avanzar hacia la soberanía alimentaria en Teyuna.

5. Los Procesos

Como se indicó, para llevar a cabo la visión es necesario una serie de procesos que unidos forman un círculo de valor. Para realizar la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia de Teyuna, a cargo del Comité a crearse para ello y basados en el documento de Política Pública que emerja para este fin es necesario contar con los siguientes procesos, los cuales se expresan primero en la Gráfica 2.



Gráfica 2: Ciclo de Procesos de la Estrategia

- **Concertación**

Este proceso, el cual debe ser liderado por el Comité de Trecking inicialmente y hasta que éste se conforme como el Comité de Turismo, Paz y Convivencia, hace referencia a lo concerniente a generar espacios y metodologías adecuadas para propiciar la concertación. Dado que este es un proceso que impacta a toda la comunidad aledaña al Camino a Ciudad Perdida, la concertación para la toma de decisiones debe realizarse a través de procesos participativos amplios o lo suficientemente representativos para tener legitimidad.

- **Movilización**

Este macroproceso tiene que ver con la necesidad de divulgar ampliamente la estrategia para generar nuevas voluntades que ayuden a realizarla. Así, el reconocimiento de los objetivos de la estrategia promoverá un entorno favorable para su cumplimiento dentro de la misma comunidad. Igualmente, se podrán y deberán movilizar intereses de cooperantes, financiadores e inversión de gobiernos locales y nacionales.

- **Rendición de cuentas**

La generación de confianza en los grupos de interesados en esta estrategia es un insumo clave para poderla realizar y generar nuevos procesos posteriores que cuenten con legitimidad. Rendir cuentas a los interesados (comunidad en general, integrantes de la cadena, instituciones relacionadas, organizaciones, entre otros) es factor clave para la

sostenibilidad del proceso e incluso para la disminución del estigma que actualmente afecta a la comunidad vecina de Ciudad Perdida.

- **Medición y aprendizaje**

Es fundamental reconocer si lo que se ha propuesto se va logrando, de qué manera, cuáles son las buenas prácticas, las lecciones aprendidas y la incorporación de esta información para la rendición de cuentas y la toma de decisiones. Así, la medición y el aprendizaje como procesos transversales justificará los recursos técnicos, económicos y en tiempo invertidos para alcanzar la Visión. Este proceso deberá ser externo al Comité de Turismo, Paz y Convivencia para garantizar la transparencia, la imparcialidad y así evitar el sesgo.

- **Generación de estrategia**

Este proceso tiene que ver con la toma de decisiones constante y estratégica para cumplir los grandes fines del Turismo, Paz y Convivencia en Teyuna, que es realizar un turismo sostenible, que traiga bienestar a la comunidad y preservación al medio ambiente. La generación de estrategia es un proceso constante de revisión y ajuste de la actual estrategia para llegar a la Visión 2021, y una vez vencido este plazo, supone el diseño de una nueva visión y una nueva estrategia para alcanzarla.

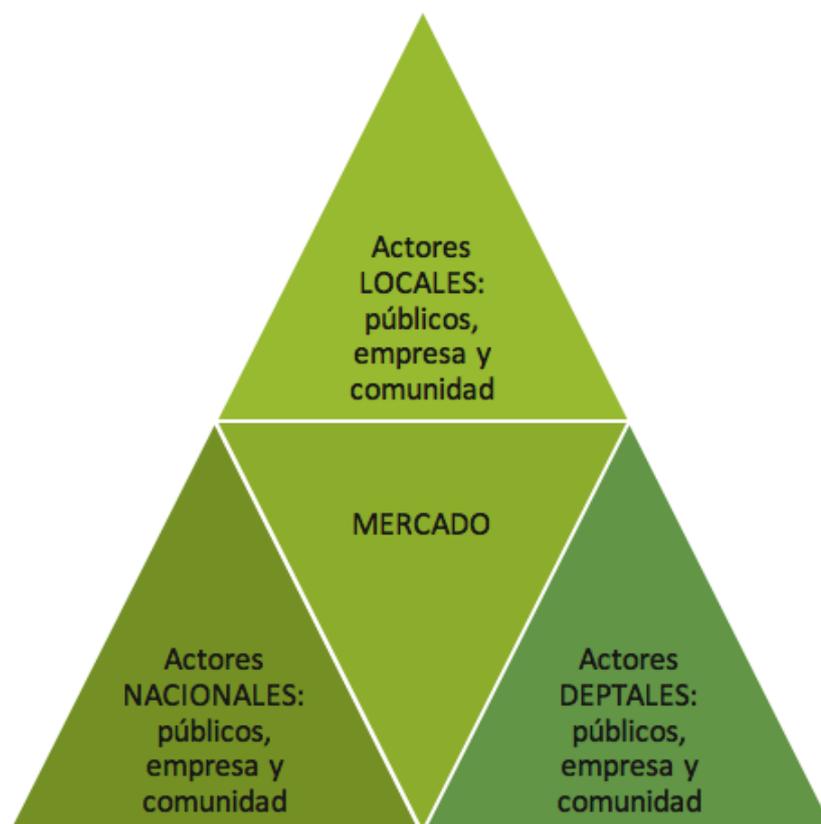
- **Ejecución de la estrategia**

Llevar a cabo la estrategia asegura alcanzar la visión. Para materializarla, el Comité de Turismo, Paz y Convivencia de Teyuna, deberá incidir para que la estrategia sea Política Pública y así asegurar acciones y recursos de todas las partes; diseñar estándares, prácticas, realizar seguimiento, medición, y toma de decisiones para materializar cada uno de los propósitos aquí definidos.

6. Los Protagonistas

Este grupo de objetivos establece cómo gestionar la participación y acción de los grupos de interés de la estrategia. Todos y cada uno de ellos dan y reciben en este proceso y su participación y gestión es clave.

Los protagonistas de esta estrategia de Turismo, Paz y Convivencia se clasifican en actores locales, departamentales y nacionales tanto públicos como privados y comunitarios y como una categoría diferenciada se presenta al mercado. En el Gráfico 3 se expresa esta clasificación.



Gráfica 3: Grupos de Interés

Para cada uno de estos grupos existen los siguientes objetivos:

Objetivo estratégico conocer el mercado potencial:

Reconocer el mercado de turistas de Teyuna y diseñar una oferta que responda a sus expectativas con enfoque de preservación socioecosistémica.

Objetivo estratégico articular y alinear a los grupos de interés locales y departamentales:

Empoderar a la comunidad y vincular a los grupos de interés públicos y privados locales con la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia.

Objetivo estratégico articular y comprometer a las entidades nacionales que facilitarán la consecución de la estrategia:

Participar e incidir activamente en el Comité Nacional de Turismo, paz y Convivencia y hacer seguimiento a compromisos nacionales de apoyo a la estrategia Teyuna.

Los integrantes de la cocreación estratégica, identificaron el siguiente mapa de actores como quienes deben sumar y quienes recibirán valor en el cumplimiento de la visión 2021 de Turismo, Paz y Convivencia para Teyuna. Los mapas de actores son un inventario dinámico el cual crece en la medida en que se pone en marcha la estrategia. Los actores iniciales son:

| Actores | Beneficios | Responsabilidades |
|-----------------------|--|--|
| Comunidades | Relacionamiento cultural, conocimientos, capacitaciones, beneficios económicos, calidad de vida y conocimiento territorial | Conocer la estrategia, apropiarla y apoyarla. |
| Asojuntar | Desarrollo de las capacidades y posibilidades de quienes hacen parte de la cadena productiva. | Representar ante el Comité de Turismo, Paz y Convivencia los intereses de la cadena productiva y hacer cumplir los preceptos de la estrategia. |
| Porteadores | Capacitación y mejoramiento del servicio. | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas. |
| Arrieros | Capacitación y mejoramiento del servicio. | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Guías | Capacitación y mejoramiento del servicio, bilingüismo, primeros auxilios. | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Transportadores | Capacitación y mejoramiento del servicio. | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Agencias operadoras | Capacitación y mejoramiento del servicio | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Cabañeros | Capacitación y mejoramiento del servicio | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Restaurantes | Mejorar manejo de alimentos y obtener mayor variedad de alimentos a nivel local | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Agencias turísticas | Mejoramiento de la calidad y de la infraestructura y definición del destino y sus productos | Brindar un servicio de alta calidad para los turistas |
| Comunidades indígenas | Acompañamiento para la definición de un Modelo de uso del territorio de acuerdo a su cosmovisión. Promoción de su | Acuerdos sobre su comprensión del turismo, potencialidades y alcances pues hay algunas |

| | | |
|------------------------------|--|---|
| | cultura y hábitat para su preservación. Bienestar. | comunidades que lo aceptan y lo consideran alternativa y otras no, generando desinformación y confusión |
| Turistas | Mayor calidad y mejor experiencia en el destino | Respetar la normativa asociada con el uso o visita del destino |
| Alcaldía | Integración a la visión de Paz del País y desarrollo de un territorio estratégico. | Mayor presencia, gobernabilidad, crecimiento económico y desarrollo local. Cumplimiento de su Plan de Desarrollo |
| Gobernación | Integración a la visión de Paz del País y desarrollo de un territorio estratégico. | Mayor presencia, gobernabilidad, crecimiento económico y desarrollo local. Cumplimiento de su Plan de Desarrollo |
| Unidad de Parques Nacionales | Cumplir con su misión de protección y uso sostenible de los ecosistemas. | Acompañar el diseño del Modelo de uso del territorio con visión socioecosistémica, veeduría al uso sostenible del territorio. |
| ICANH | Cumplir con su misión. | Acompañar el diseño del Modelo de uso del territorio con visión socioecosistémica, veeduría al uso sostenible del territorio. |
| CORPOMAG | Cumplir con su misión | Acompañar el diseño del Modelo de uso del territorio con visión socioecosistémica, veeduría al uso sostenible del territorio. |
| Corpoteyuna | Crecimiento y consolidación del destino. | Integrar el Comité de Turismo, Paz y Convivencia. |
| Policía | Cumplimiento de su misión | Consolidación de legalidad y seguridad. |
| MinCIT | Crecimiento y consolidación del destino, entorno a turismo, paz y convivencia. | Acompañamiento (recursos y capacitación) a la implementación de la estrategia, a la incidencia para la participación activa |

| | | |
|--|---|--|
| | | de las entidades públicas locales. |
| Sena | Cumplimiento de su misión | Capacitaciones especializadas enfocadas al sector: emprendimiento, bilingüismo, turismo, entre otras de interés. |
| Ejército | Cumplimiento de su misión | Consolidación de legalidad y seguridad. |
| Universidad del Magdalena | Cumplimiento de su misión | Formación a los integrantes de la cadena de valor e investigación. |
| Entidades nacionales para el desarrollo: DNP, DPS, ICBF, Defensoría, Personería, Unidad de Víctimas, Ministerio de Defensa | Cumplimiento de su misión | Programa de apoyo integral al desarrollo sostenible y con enfoque territorial para Teyuna |
| Medios de Comunicación locales y nacionales | Cumplimiento de su misión y participación activa del proceso hacia una paz sostenible en Colombia | Documentar y publicar ampliamente la estrategia y sus resultados. Casos de éxito, protagonistas y todo el valor del destino. |

7. Bienestar: Impactos buscados en turismo, paz y convivencia:

Este grupo de objetivos hace referencia a los principales en términos de que todos los anteriores buscan producir bienestar. Estos como tal no tienen un objetivo definido, son en sí la meta de toda la estrategia. Para medirlos, se tendrán los siguientes indicadores:

- Equidad social:
 - Incremento de personas de la comunidad que se integran a la cadena productiva del turismo en Teyuna y mejoramiento de sus ingresos.
 - Percepción sobre bienestar de la comunidad. Algunas preguntas para medir esta percepción:
 - Cree que el turismo contribuye a la paz y la convivencia en Teyuna
 - Está satisfecho con su comunidad como lugar para vivir
 - El turismo aporta bienestar a la comunidad
 - La situación ahora está mejor en su hogar que el año pasado
- Sostenibilidad ambiental:
 - Indicador de estado de salud del hábitat: presencia de especies restringidas a un hábitat. Los territorios que presenten el mayor número y concentración de estas especies se consideran como las que tienen mejores condiciones o estado de conservación.
 - Indicador de declaración de áreas protegidas: se refiere al porcentaje de áreas de manejo especial dedicadas a la conservación.
 - Indicador de representatividad de ecosistemas en las áreas protegidas.
 - Indicador de reducción de deforestación.
- Promoción y preservación de la cultura:
 - Percepción de las distintas comunidades sobre qué tanto se promueve y preserva su cultura gracias al ejercicio del turismo
- Participación y gobernanza:
 - Percepción de las distintas comunidades y grupos de interés sobre rendición de cuentas y convocatoria para participar de decisiones en turismo, paz y convivencia
- Satisfacción de turistas:
 - con las condiciones del destino
 - con el alojamiento
 - con la atención
 - con la experiencia vivida
 - con la calidad y calidez del servicio

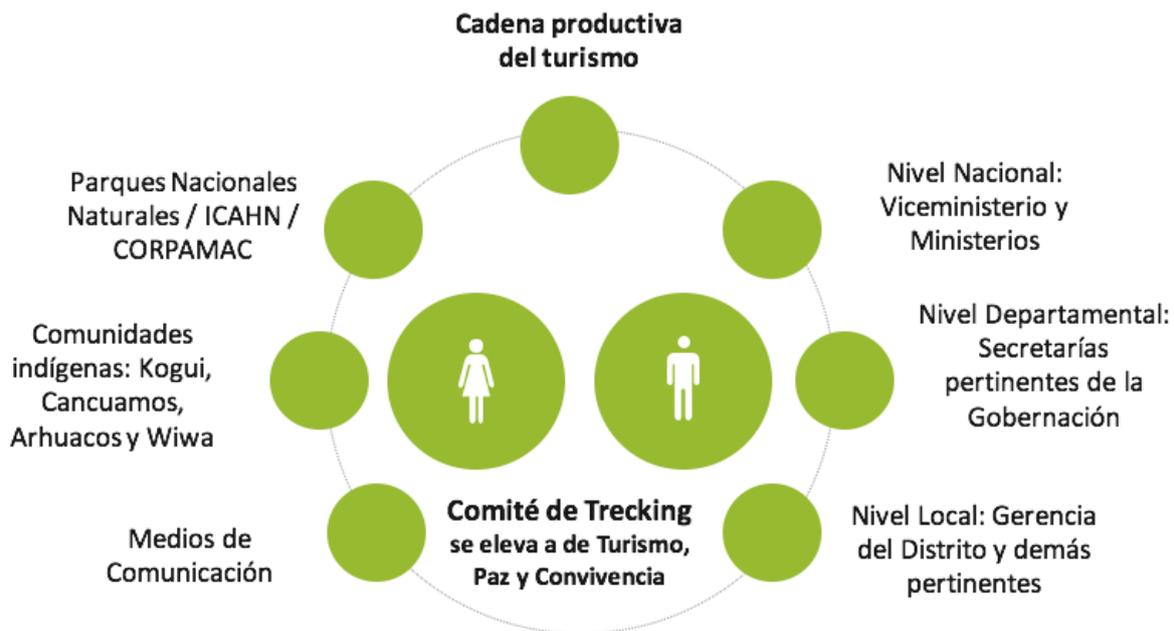
8. Gobernanza

El esquema de gobernanza consiste en cómo se realizan los acuerdos institucionales para tomar decisiones y diseñar y ejecutar una estrategia de política pública. Lo primero que hay que considerarse como herramienta de Gobernanza es el Comité Nacional de Turismo, Paz dispuesto desde el Viceministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el cual hay representantes de los 4 territorios pilotos de este proceso. En los talleres de cocreación de estrategia para Teyuna se contó con la participación activa de Luz Enith Cañas de Corpoteyuna, y con una corta presencia del Gerente de Proyectos Turísticos del Distrito de Santa Marta, Carlos Iglesias, ambos asistentes al Comité Nacional.

Para el caso de Teyuna es importante reconocer que actualmente en Santa Marta existe un Comité creado por Decreto por la Alcaldía, denominado “Comité de Trekking”, que está conformado por varios de los actores que inciden en el desarrollo y regulación de la actividad turística en la zona.

Esta figura de gobernanza fue reconocida por los participantes del taller de co-creación de la estrategia como el instrumento principal para realizar la coordinación general de la estrategia. Lo anterior dado que, si bien no opera en este momento y no se ha reunido en bastante tiempo, tiene el potencial para ser el organismo articulador y encargado de la estrategia porque cuenta con representantes de los operadores en cabeza de Corpoteyuna, de las comunidades campesinas con ASOJUNTAR y algunos miembros de las comunidades indígenas. Sin embargo es importante que esta representación sea oficial y formal, para asegurar la representación legítima de los indígenas del territorio y sus autoridades tradicionales. Por otra parte en el Comité también están la Gerencia Distrital de Turismo de Santa Marta, la Policía de Turismo, el Ejército, Parques Nacionales Naturales, el ICANH y Corpamag. En este orden de ideas, el Comité tiene potencial para convertirse, y así se decidió, en el Comité de Turismo Paz y Convivencia, siendo este el primer eslabón del esquema de gobernanza del Turismo, Paz y Convivencia en Teyuna quedando con las tareas de concertar, movilizar, medir y aprender, rendir cuentas, generar y ejecutar la estrategia.

En este orden de ideas, la propuesta que surge en la co-creación es “potenciar el Comité de Trekking” e incluir otras instancias territoriales que serán claves en la ejecución de la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia. Es fundamental que se tenga en cuenta el sistema de gobernanza nacional, que el departamento y la nación cuenten con representación dentro del comité y que a su vez, las comunidades indígenas y sus autoridades tradicionales tengan representación legítima dentro de este organismo. El esquema de Gobernanza de la estrategia hasta aquí definido puede verse en la Gráfica 4.



Gráfica 4: Esquema de Gobernanza Teyuna

9. Plan Marco Operativo:

Luego de una revisión detallada por parte del Viceministerio de Turismo, de las acciones estratégicas cocreadas desde la comunidad, la siguiente es la tabla del Plan Operativo que dará inicio a la estrategia, la cual, para su realización efectiva, requerirá de la definición de una estructura de Gobernanza para la ejecución de la misma y el posterior diseño colaborativo del Plan de Implementación.

9.1 Promoción Turística:

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|--|---|---------------------------------|
| Realizar guiones turísticos (historia y cultura de la región) | Guiones turísticos | MINCIT |
| Diseñar y poner en marcha un Plan de Comunicación y Promoción para la sensibilización y alineamiento estratégico de las comunidades relacionadas y para la promoción de destino ante los nichos de mercado de interés. | Plan de promoción | MINCIT |
| Cocrear una estrategia de mercado para potenciar y promocionar el destino. Esta estrategia deberá comprender el diseño de productos, su articulación, la identidad del destino, las estrategias adecuadas de publicidad y promoción. El establecimiento de un precio justo y estratégico, entre otras clave. | Estrategia de mercadeo regional | MINCIT |
| Realizar la promoción nacional en conjunto con la comunidad del camino Teyuna | Plan de promoción | MINCIT |
| Diseñar e implementar una campaña de sensibilización y promoción de la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia en Santa Marta y con los corregimientos de interés. | Gerentes regionales de turismo y paz | MINCIT |
| Realizar la capacitación de diseño de producto a partir de experiencias únicas | Talleres y contenidos para promoción y diseños de producto necesarios | MINCIT |
| Realizar la promoción nacional con la comunidad de camino Teyuna | Plan de promoción | MINCIT |
| Realizar un boletín digital que informe avances, historias de referencia y retos de la estrategia | Boletín digital | MINCIT, ALCALDÍA DE SANTA MARTA |

| | | |
|---|---------------------|-------------------------|
| A través de emisoras, y medios de comunicación locales implementar comunicación constante del programa y avances de TPC | Boletines de prensa | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |
|---|---------------------|-------------------------|

9.2 Competitividad Turística:

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|---|--|-------------------------------------|
| Realizar un estudio de capacidad de carga del destino y esquema de seguimiento | Guiones turísticos | MINCIT |
| Realizar la feria de oferta gastronómica de la región y fortalecimiento de la Cadena de Valor | Plan de promoción | MINCIT |
| Adelantar los proyectos conjuntos con PNN e ICANH para controlar adecuadamente la afluencia de turistas para no exceder capacidad de carga del destino. | Estrategia de mercadeo regional | MINCIT |
| Desarrollar plataforma de información y reservas | Plan de promoción | MINCIT |
| Realizar un estudio de mercado potencial para potenciar el destino en turismo. | Gerentes regionales de turismo y paz | MINCIT |
| Realizar un estudio de mercado potencial para potenciar el destino en turismo. | Proyecto para el estudio de mercado para ser apoyado por MinCIT-FONTUR | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |
| Incluir los resultados del estudio de capacidad de carga dentro del plan de manejo del parque | Indicadores y lineamientos | PARQUES NACIONALES NATURALES, ICANH |
| Incluir a Teyuna en el proyecto de promoción de Santa Marta como destino gastronómico | Proyecto en línea de gastronomía para mejorar la competitividad de la región | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |

9.3 Mejorar la Infraestructura y los Servicios Básicos

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|---|---|--------------------------|
| Renovar y mejorar la calidad de las vías claves para el desarrollo | Plan de mejoramiento de la vía entre la Aguacatera y El Mamey | Ministerio de Transporte |
| Revisar el plan de manejo del parque y viabilización de obras o adecuaciones. En la | Proyecto para la restauración de las escaleras | ICANH, MinCultura |

| | | |
|--|--|---|
| línea del cuidado del patrimonio cultural incluir la restauración de éstas escaleras | dentro de la línea de conservación | |
| Apoyar la señalización turística del sendero. | Proyecto para el diseño y señalización turística del sendero | MINCIT |
| Fortalecer la infraestructura necesaria para la seguridad y atención de urgencias y emergencias de turistas y locales: lugares de atención, ambulancias, personal adecuado, entre otras. | Proyectos de mejoras en la adecuación de hospitales y centros médicos | MINSALUD |
| Adelantar el proyecto del punto de control de acceso en La Aguacatera. | Proyecto para la implementación del punto de control. | Determinar quién es la autoridad responsable |
| Renovar y mejorar la calidad de vivienda, urbanismo y espacio público y equipamiento. | Proyecto para la construcción de Tanques para el saneamiento básico (agua) | MINVIVIENDA |
| Renovar y mejorar la calidad de vivienda, urbanismo y espacio público y equipamiento. | Proyectos para construir puentes sobre la Quebrada de Río Viejo y la Quebrada de Machete Pelao. | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Promover y desarrollar la participación comunitaria en actividades y programas de protección ambiental, de desarrollo sostenible y de manejo adecuado de los recursos naturales | Jornadas de capacitación sobre las mejores prácticas para el uso de estos botes | CORPAMAG |
| Revisar el sistema de botes para el manejo de aguas residuales | Mesas de trabajo | PARQUES NACIONALES NATURALES MINVIVIENDA |
| Mejorar las condiciones de servicios públicos: Acueducto, alcantarillado, saneamiento básico y recolección de basuras. | Plan de mejoramiento de los servicios públicos | MINVIVIENDA, GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Mejorar las condiciones de la conectividad | Plan de mejoramiento de la conectividad digital | MINTIC |
| Fortalecer el uso del suelo en el marco de sus competencias, agua potable y saneamiento básico, así como los instrumentos normativos para su implementación | Verificación y Plan de obras del alcantarillado y saneamiento básico con la entidad territorial | MINVIVIENDA |

9.4 Sostenibilidad Ambiental:

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|---|--|--|
| Realizar acciones del Plan de conservación y arborización del Sendero entre El Mamey y Honduras. | Jornadas de arborización | MINAMBIENTE |
| Reforestar sectores estratégicos en la vía entre La Aguacatera y El Mamey. | Jornadas de arborización y Plan de conservación y arborización de los destinos | MINAMBIENTE |
| Realizar acciones del Programa de ecoturismo comunitario | Jornadas de arborización y capacitación en la preservación de los recursos naturales | PARQUES NACIONALES NATURALES |
| Realizar la Evaluación de Impacto Medio Ambiental de la zona | EIA | PARQUES NACIONALES NATURALES |
| Realizar acciones para propender por el cuidado de las especies | Campaña de sensibilización en el cuidado de las especies en Teyuna | MINAMBIENTE |
| Regulación del servicio público de Aseo en la región (El Mamey o en La Aguacatera) | Informes de la licitación de la empresa de aseo y la ubicación del acopio de basuras | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Definir criterios de viabilidad y elegibilidad de proyectos de aseo y dar viabilidad a los mismos en el Mamey o en la Aguacatera | Mesas de trabajo para formular y hacer seguimiento de proyecto para el acopio de las basuras | MINVIVIENDA |
| Adecuar un lugar en la zona para hacer acopio de las basuras, puede ser en El Mamey o en La Aguacatera. | Mesas de trabajo para formular y hacer seguimiento de proyecto para el acopio de las basuras | MINVIVIENDA |
| Sensibilizar a la comunidad y a turistas para propender por el cuidado del medio ambiente | Campaña de sensibilización, Colombia Limpia en Teyuna | MINCIT |
| Comprar una máquina compactadora de basuras. | Máquina compactadora de basuras. | CORPAMAG |
| Abrir concurso Nacional de Innovación para el manejo de basuras en la región | Máquina compactadora de basuras o solución ganadora | MINAMBIENTE |
| Capacitar a todos los miembros de la cadena en el manejo adecuado de basuras y Promover y desarrollar la participación comunitaria en actividades y programas de protección ambiental, de desarrollo sostenible y de manejo adecuado de los | Jornadas de capacitación talleres en manejo adecuado de basuras, Mesas de Trabajo con PNN y la Gobernación para sensibilizar sobre el adecuado manejo de | CORPAMAG, ICANH, PARQUES NACIONALES NATURALES, GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |

| | | |
|---|--|---|
| recursos naturales renovable | basuras. Jornadas de capacitación atención al manejo adecuado de basuras. Mesas de Trabajo con PNN e ICAHN para sensibilizar sobre el adecuado manejo de basuras. | |
| Implementar un proceso de auditoría y control para que se cumplan los acuerdos de manejo de basuras. | Jornadas de capacitación y convocatoria a los habitantes de Teyuna para conformar el grupo de veeduría. Sistema de seguimiento a compromisos | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA. Comité Local de TPC |
| Organizar un esquema de recolección de basuras con frecuencias, responsables y forma. | Esquema mejorado de recolección con frecuencias, responsables y forma. | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Reutilizar los desechos como botellas plásticas para construcción. | Jornadas de capacitación en el uso de los desechos como botellas plásticas y otros, para reutilizarlos. Reciclaje. | MINAMBIENTE |
| Establecer las bases de una cultura ciudadana atada voluntariamente a la vocación y respeto por el Medio Ambiente | Jornadas de sensibilización y capacitación para la reducción en la generación de basuras | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |
| Sensibilizar a los turistas para dejar el lugar igual de limpio como lo encontraron y promover el cuidado del medio ambiente. | Campaña Colombia Limpia y señalización turística | MINCIT |
| Expedir normas de comportamiento para turistas y empresas que hacen recorridos en los senderos que se entregue con la compra del programa | Folletos | PARQUES NACIONALES NATURALES, el ICAHN, y el Comité de Turismo, Paz y Convivencia |

9.5 Inclusión y Tejido Social

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|--|----------------------|--------------------------------------|
| Realizar proceso de construcción y divulgación de memoria histórica y oficios de la zona | Investigaciones | Centro Nacional de Memoria Histórica |

| | | |
|---|--|---|
| Realizar la atención psicosocial a las comunidades afectadas por el conflicto | Sensibilizaciones | MINSALUD |
| Ejercer el acompañamiento y formación artística y cultural para niños, niñas y adolescentes | Escuelas, talleres y formación de bibliotecas | MINCULTURA |
| Incluir a la región de Teyuna en el programa de seguridad alimentaria y nutricional para una Magdalena saludable | Plan de trabajo y proyectos | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Incluir a la Macarena en el Programa RESA (Red de Seguridad Alimentaria) | Proyectos de seguridad alimentaria | PROSPERIDAD SOCIAL |
| Diseñar y ejecutar un Programa de Seguridad Alimentaria en la zona en alianza | Plan de trabajo en la región | MINAGRICULTURA |
| Tramitar y hacer seguimiento ante las autoridades competentes los procesos de restitución de predios de los despojados o de formalización de predios abandonados en nombre de los titulares de la acción. | Incluir a la región de Teyuna en este proceso con acompañamiento y realizar la veeduría. Acompañamiento y veeduría para la región de Teyuna en el proceso de restitución de tierras. Acompañamiento y veeduría para la región de Teyuna en el proceso de restitución de tierras | UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS. ALCALDÍA DE SANTA MARTA. GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |

9.6 Fortalecimiento institucional y del sistema de gobernanza de los territorios

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|--|---|-------------------------------|
| Realizar el acompañamiento y articulación a la intervención estatal para la erradicación de los grupos armados al margen de la ley | Estructuración de proyectos líderes a través del Comité Interagencial | MINDEFENSA |
| Apoyar la conformación de los modelos de gobernanza de cada región. | Mesas de trabajo | MINCIT |
| Consolidar el proceso de entendimiento y asociatividad del comité con las comunidades y otros sectores | Gerentes regionales de turismo y paz | MINCIT |
| Establecer la estrategia de turismo y paz dentro de la política de posconflicto o Contrato Plan | Mesas de trabajo con DNP o Presidencia | MINCIT |
| Realizar mesas de trabajo con las comunidades indígenas, el PNN, ICAHN, | Reuniones del comité de Turismo, Paz y Convivencia o | PNN, ICAHN, integrantes de la |

| | | |
|--|--|---|
| integrantes de la cadena y MinCIT | mesas de concreción con la comunidad para definir pasos a seguir | cadena y MinCIT |
| Incluir dentro del Plan de desarrollo y sus acciones, la estrategia de turismo y paz, en el uso del territorio | Acciones directas de las entidades públicas relevantes | Alcaldía del Distrito y Gobernación del Magdalena |
| Participar activamente en las reuniones que corresponden al Comité de Turismo, Paz y Convivencia y mesas de trabajo | Comités de T,P y C | Integrantes del Comité de T,P y C, |
| Incluir a Teyuna en el programa de protección de derechos humanos del Ministerio de Defensa | Agenda de Comité Interagencial | MINDEFENSA |
| Incluir a Teyuna, en programas de la protección de derechos humanos, reuniones y talleres | Agenda de acciones en territorio | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Establecer la estrategia de turismo y paz dentro de la política de posconflicto o Contrato Plan | Mesas de trabajo con DNP o Presidencia | MINCIT |
| Asegurar la presencia institucional en el territorio de instituciones enfocadas en la garantía de los derechos de los ciudadanos: procuraduría, personería, ONGs, etc. | Agenda Postconflicto para Teyuna | Presidencia |
| Socializar para validar y ajustar, el resultado del mapeo y cocreación de la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia de Teyuna. | Reuniones de validación con la comunidad de Teyuna | MINCIT |
| Redacción de documento de Política Pública bajo el liderazgo del Comité de Trecking que será el Comité de Turismo, Paz y Convivencia. | Documento y política alineada con la Política nacional | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |
| Establecer la estrategia de turismo y paz dentro de la política de posconflicto o Contrato Plan | Mesas de trabajo con DNP o Presidencia | MINCIT |
| Continuar con el proceso de consultoría para llegar a un documento formal de política pública. | Realizar el procedimiento correspondiente para llevar el documento como política pública | MINCIT |
| Presentación de documento ante los entes que tomarán la decisión de adoptarla. | Mesas de trabajo interinstitucionales | MINCIT |
| Presentación de documento ante los entes que tomarán la decisión de adoptarla. | Mesas de trabajo interinstitucionales | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |
| Implementar mecanismo de control de ventas de acuerdo con la capacidad de carga | Reuniones y mesas de trabajo con los actores de interés | PARQUES NACIONALES NATURALES e ICAHN |

| | | |
|---|--|---|
| Socializar para validar y ajustar, el resultado del mapeo y cocreación de la estrategia de Turismo, Paz y Convivencia | Plan de Trabajo y articulación. Reuniones de validación | MINCIT |
| Comunicar los resultados de la validación con la comunidad, la cadena de valor de la zona y la institucionalidad clave. | Plan de comunicación de resultados de TPC | MINCIT |
| Consolidar el proceso de entendimiento y asociatividad del comité con las comunidades y otros sectores | Gerentes regionales de turismo y paz | MINCIT |
| Dar a conocer e implementar el esquema Gobernanza de la Estrategia de Turismo Paz y Convivencia | Plan de Trabajo y articulación | ALCALDÍA DE SANTA MARTA |
| Buscar alianzas público - privadas para cumplir los objetivos de la estrategia | Mesas de trabajo, presentación de proyectos y agendas - Gerentes regionales de turismo y paz | MINCIT, Presidencia, Comité Local de TPC |
| Presentar al Camino Teyuna como destino para la Certificación de Calidad Turística | Proceso de certificación de calidad | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Incrementar regulación, vigilancia y acompañamiento de la estrategia | Mesas de trabajo, presentación de proyectos y agendas | ALCALDÍA DE SANTA MARTA, GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA Mincit |

9.7 Educación para la Paz, la convivencia y el turismo

| ACCIÓN CONCRETA | INSTRUMENTO SUGERIDO | CORRESPONSABLES |
|---|--|---------------------------|
| Pedagogía de resolución de conflictos | Talleres y cartillas | MININTERIOR |
| Realizar pedagogía para la paz y convivencia | Cátedras o programa para la Paz | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Ejecutar la sensibilización de paz, desarrollo y estabilización. Derechos humanos y cultura de paz | Jornadas de Sensibilización | PROSPERIDAD SOCIAL |
| Proveer charlas con las instituciones educativas para valoración de territorio a través de los Colegios Amigos del Turismo de la zona | Jornadas de valoración del territorio en los CAT | MINCIT |

| | | |
|---|---|----------------------------|
| Directriz para implementar en los manuales de convivencia escolares y núcleos temáticos, temas de apropiación, auto reconocimiento y valoración del territorio. | Directriz/Ordenanza | GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA |
| Incluir Teyuna en el programa de bilingüismo de Colombia aprende, Colombia bilingüe" | Mesas de trabajo y plan implementado | MINEDUCACIÓN |
| Incluir a las escuelas de la región Teyuna al programa de bilingüismo del Mincit. | Programa de Bilingüismo | MINCIT |
| Promover el acceso a capacitaciones para el fortalecimiento de empresas turísticas en la región | Proyectos para ser presentados a MINCIT para apoyo por FONTUR | SECTOR PRIVADO DEL TURISMO |
| Estructurar programa de educación en Turismo, para el destino | 1. Mesas de trabajo locales 2. Programa de Educación | SENA |
| Realizar Programa de fortalecimiento de capacidades docentes: pedagógicas y de contenidos disciplinares. | Plan de mejoramiento de capacidades docentes y pedagógicas en el Departamento del Magdalena y la Región | MINEDUCACIÓN |
| Complementar currículo actual de los colegios complementando el currículo actual con bilingüismo, emprendimiento y habilidades blandas o competencias para la vida. | Tener mínimo un colegio amigo vinculado | MINCIT |