



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



Gobernación
de la Guajira



inmark

Producto turístico cultural de la zona sur del departamento de La Guajira.



FNTC 027 DE 2018



Tabla de contenido

1.	Introducción, objetivos y metodología.....	6
1.1.	<i>Enfoque conceptual del producto turístico</i>	6
1.2.	<i>Plan de trabajo</i>	8
1.2.1.	FASE 1: Alcance y planificación.....	8
1.2.2.	FASE 2: Diagnóstico.....	8
1.2.3.	FASE 3: Conceptualización del producto turístico.....	11
1.2.4.	FASE 4: Diseño del Producto Turístico.....	11
1.2.5.	FASE 5: Plan de Implementación.....	13
1.3.	<i>Control de Calidad</i>	13
2.	Diagnóstico.....	14
2.1.	<i>Actualización de inventarios de atractivos turísticos</i>	15
2.2.	<i>Análisis del mercado turístico</i>	23
2.2.1.	Características de la demanda actual y potencial.....	24
	Análisis de las encuestas.....	25
	Análisis de las entrevistas.....	31
	Análisis de fuentes secundarias.....	33
	Perfil turista Festival de la Leyenda Vallenata - 2018.....	36
	Otras Fuentes de Información.....	38
2.2.2.	Características y análisis de la oferta turística.....	41
	Atractivos turísticos priorizados.....	41
	Servicios turísticos.....	59
	<i>Establecimientos de alojamiento y hospedaje</i>	59
	<i>Establecimientos Gastronómicos</i>	61
	<i>Agencias de Viaje</i>	63
	<i>Guías de turismo</i>	64
2.2.3.	Características y análisis de los canales de comercialización de la oferta turística.....	64
	Análisis de la oferta de agencias de viajes mayoristas.....	64
	Análisis de la oferta de agencias de viajes operadoras.....	67
2.2.4.	Características de la promoción del destino.....	76
	Guías de viaje.....	76
	Sitios web institucionales.....	77
2.2.5.	Análisis de la vocación turística del territorio.....	77
2.2.6.	Análisis de las inversiones públicas y privadas.....	80
2.2.7.	Competencia.....	81

2.3. Análisis del contexto general	85
2.3.1. Contexto ambiental y territorial	85
Conectividad territorial	87
Usos del suelo compatibles con turismo de los municipios del sur La Guajira	90
2.3.2. Contexto sociodemográfico	92
Cobertura de servicios básicos	97
Salud.....	97
Acueducto, alcantarillado, aseo	98
Luz	99
Internet y telefonía.....	99
2.3.3. Aspectos culturales	100
2.3.4. Aspectos económicos	102
Turismo	106
2.3.5. Aspectos políticos	107
Seguridad	109
2.4. Mapa de actores	110
3. Análisis FODA	124
4. Conceptualización y diseño del producto turístico cultural.....	127
4.1. Talleres de co-creación	128
4.1.1. Descripción de la metodología MetaSseisom de Inmark	128
4.1.2. Resultados de los talleres de co-creación	131
4.2. Diseño del producto turístico	141
4.2.1. Conceptualización del producto turístico cultural vallenato	149
4.2.2. Producto turístico cultural vallenato.....	153
4.2.3. Subproductos turísticos.....	176
4.2.4. Recomendaciones generales	189
5. Inversiones	190
6. Plan de acción	200
6.1. Indicadores de sostenibilidad	209
7. Bibliografía y fuentes secundarias.....	210
8. Anexos.....	221
8.7. Evidencias fotográficas de los talleres de co-creación	222



Ilustraciones y tablas

Ilustración 1. Matriz FODA	10
Ilustración 2. Mapa político de La Guajira.	14
Ilustración 3. Atractivos turísticos de La Jagua del Pilar.....	18
Ilustración 4. Atractivos turísticos de Urumita.	19
Ilustración 5. Atractivos turísticos de Villanueva.	19
Ilustración 6. Atractivos turísticos de El Molino.....	20
Ilustración 7. Atractivos turísticos de San Juan del Cesar.	20
Ilustración 8. Atractivos turísticos de Distracción.....	21
Ilustración 9. Atractivos turísticos de Fonseca.....	21
Ilustración 10. Atractivos turísticos de Barrancas.	22
Ilustración 11. Porcentajes de atractivos turísticos de la zona Sur de La Guajira por tipología.	23
Ilustración 12. Esquema base de fuentes de información para el análisis de demanda.	24
Ilustración 13. Perfil del turista.....	27
Ilustración 14. Resultado a la pregunta ¿La visita cubrió sus expectativas?	27
Ilustración 15. Percepción de aspectos relacionados con la experiencia en el destino.	29
Ilustración 16. Respuesta a la pregunta ¿cómo viaja?	30
Ilustración 17. Respuesta a la pregunta sobre el lugar de residencia.	30
Ilustración 18. Registro de extranjeros por destino de alojamiento, 2014 - 2017.	33
Ilustración 19. Cantidad de vehículos que transitaron por el Peaje de San Juan del Cesar.....	34
Ilustración 20. Información sobre La Guajira en el CITUR.	35
Ilustración 21. Perfil del turista del Festival de la Leyenda Vallenata 2018.	37
Ilustración 22. Mercados potenciales.	38
Ilustración 23. Perfil del turismo musical internacional.....	39
Ilustración 24. Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.	60
Ilustración 25. Establecimientos gastronómicos.....	62
Ilustración 26. Agencias de viaje locales.	63
Ilustración 27. Sistema vial de La Guajira.....	87
Ilustración 28. Áreas con cultivos de café.....	104
Ilustración 29. Esquema del mapa de actores.	123
Ilustración 30. Matriz FODA.....	124
Ilustración 31. Elementos del producto turístico.....	127
Ilustración 32. Fases Metasseisom	129
Ilustración 33. Matriz de priorización de atractivos.....	130
Ilustración 34. Matriz de priorización de atractivos Distracción	131
Ilustración 35. Matriz de priorización de atractivos Barrancas	132
Ilustración 36. Matriz de priorización de atractivos Fonseca	132
Ilustración 37. Matriz de priorización de atractivos San Juan del Cesar	134
Ilustración 38. Matriz de priorización de atractivos La Jagua del Pilar.....	137
Ilustración 39. Matriz de priorización de atractivos Urumita.....	137
Ilustración 40. Matriz de priorización de atractivos Villanueva	138
Ilustración 41. Matriz de priorización de atractivos El Molino.....	138
Ilustración 42. Mapa producto "¡Ay Hombre! Un jolgorio al vallenato"	161
Ilustración 43. Mapa producto "Una historia vallenata"	167
Ilustración 44. Mapa producto "Celebra lo que somos, nuestros festivales y otras historias"	175

Ilustración 45. Mapa subproducto "Intercambio natural, espacios que marcan la historia"	182
Ilustración 46. Mapa subproducto "Café con sabor vallenato"	188
Tabla 1. Atractivos turísticos nuevos incluidos en los inventarios.	15
Tabla 2. Cantidad de atractivos turísticos de la zona Sur de La Guajira por tipología.	22
Tabla 3. Criterios de calificación de los atractivos turísticos.	41
Tabla 4. Rangos de evaluación de criterios.	42
Tabla 5. Evaluación de atractivos turísticos por criterios.	43
Tabla 6. Explicación tipologías de turismo.	53
Tabla 7. Rangos de calificación de representatividad de los atractivos turísticos.	53
Tabla 8. Representatividad de los atractivos turísticos según la tipología de turismo.	54
Tabla 9. Oferta comercial Aviatur (Destino Guajira).	65
Tabla 10. Oferta comercial Colreservas (Destino Guajira).	66
Tabla 11. Oferta comercial Provincia (Destino Guajira).	68
Tabla 12. Oferta comercial Paseo Vallenato (Destino Guajira).	69
Tabla 13. Oferta comercial Servitour del Caribe (Destino Guajira).	70
Tabla 14. Oferta comercial History Travelers (Destino Guajira).	71
Tabla 15. Oferta comercial Solera (Destino Guajira).	72
Tabla 16. Oferta comercial Andariegos (Destino Guajira).	73
Tabla 17. Oferta comercial Walekett (Destino Guajira).	74
Tabla 18. Oferta comercial Isashii (Destino Guajira).	75
Tabla 19. Criterios de evaluación de la competencia del destino.	82
Tabla 20. Ecosistemas al Sur de La Guajira.	85
Tabla 21. Porcentaje municipal perteneciente al SINAP.	86
Tabla 22. Empresas de transporte terrestre de la zona Sur de La Guajira.	88
Tabla 23. Población de la Baja Guajira.	93
Tabla 24. Cobertura neta educativa del Sur de La Guajira.	95
Tabla 25. Establecimientos educativos al Sur de La Guajira.	96
Tabla 26. Ingresos per cápita en la zona Sur de La Guajira.	97
Tabla 27. Centros de salud del Sur de La Guajira.	98
Tabla 28. Cobertura de acueducto y alcantarillado por municipio.	98
Tabla 29. Festivales en torno al vallenato en la Baja Guajira.	100
Tabla 30. Casas de la cultura.	102
Tabla 31. PIB departamental interno por sectores.	102
Tabla 32. Porcentaje de valor agregado por cada actividad económica – municipal.	106
Tabla 33. Relación número de empresas - número de empleos.	106
Tabla 34. Manejo de redes sociales por cada una de las alcaldías.	108
Tabla 35. Indicadores de seguridad departamentales.	109
Tabla 36. Mapa de actores.	111
Tabla 37. Asistentes y atractivos aportados por el Grupo 1.	131
Tabla 38. Asistentes y atractivos aportados por el Grupo 2.	134
Tabla 39. Asistentes y atractivos aportados por el Grupo 2.	136



1. Introducción, objetivos y metodología

La Gobernación de La Guajira, al ver la importancia del turismo en el departamento y tras ver cómo se ha consolidado la Alta Guajira como destino turístico con el pasar de los años, decidió presentar ante el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR, el proyecto denominado “Diseño del Producto Turístico Cultural para la Zona Sur del Departamento de La Guajira, alrededor del Folclor Vallenato”, el cual fue aprobado en sesión realizada el 8 de febrero de 2018 y, mediante la modalidad de concurso, Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, fue elegida como contratista.

Objeto del contrato: diseñar el producto turístico cultural de la zona sur del departamento de La Guajira.

Alcance del objeto: el diseño de producto objeto del contrato será focalizado en el **folclor vallenato**, teniendo en cuenta específicamente a los municipios de La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar, Fonseca, Distracción y Barrancas.

1.1. Enfoque conceptual del producto turístico

En todo proceso, INMARK aplica una serie de **principios de trabajo irrenunciables**:



Cualquier iniciativa debe responder a las necesidades y expectativas de los teóricos beneficiarios. La propuesta debe *concitar consenso* para no verse bloqueada en la ejecución, fruto de un proceso que permita establecer compromisos y redes de colaboración entre los implicados. Por eso, aplicamos una *visión estratégica distinta* al tradicional: integral y “*bottom up*” (de abajo a arriba) y un planteamiento metodológico circular y retroalimentado.



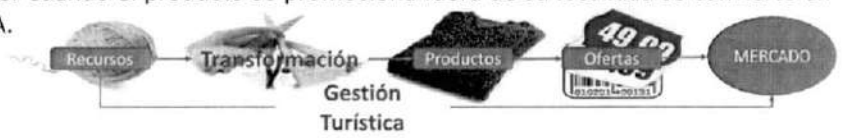
Integralidad, como corresponde a un sector económico transversal, el turismo requiere acciones integrales, buscando el retorno y la consolidación y estrategias a largo plazo, aunque instrumentalmente se empleen actuaciones operativas parciales, encaminadas a garantizar la operatividad y practicidad.



El turismo no es un negocio “en caliente”: utiliza elementos finitos, altamente sensibles al deterioro, como son el patrimonio y el entorno. El desarrollo turístico debe conjugar la maximización de los resultados del negocio con los principios de sostenibilidad (ambiental, económica, social) como premisa, garantizando la continuidad del negocio y no implica renunciar a la rentabilidad, por lo que se buscará su transversalidad, al igual que la de la innovación.

Los productos son comercializables, los atractivos no. Independientemente de su valor, no todos los recursos son susceptibles de aprovechamiento turístico. Disponer de recursos, incluso relevantes, no garantiza una adecuada participación el mercado. Una oferta coherente de productos debe responder a un posicionamiento concreto y ser capaz de generar per se un "efecto llamada".

La gestión turística es un proceso de transformación de los recursos en productos y de la transformación, a su vez, de éstos en ofertas dirigidas al mercado. El punto de partida del proceso, los RECURSOS, está basado en el conjunto de atractivos del territorio (su patrimonio natural y cultural, y su clima) y en las personas que viven en el mismo. Cuando estos recursos se estructuran para el uso y disfrute turístico, se convierten en PRODUCTOS. Cuando el producto se promociona fuera de su localidad se convierte en una OFERTA.



Entendemos que es objeto de este trabajo el diseñar productos vendibles y con capacidad motivadora de flujos de visitantes –lo que excluye al turismo de negocios, no motivable-, existiendo una serie de premisas:

1. El turismo contribuye al crecimiento económico, genera **desarrollo humano** y reduce la pobreza si se logra mejorar el empleo y las oportunidades de negocios para las **comunidades locales** en los **territorios** llamados a ser **destinos turísticos**.
2. Los **destinos turísticos** deben gestionarse para que sus recursos y atractivos sean puestos en valor, empoderando a las **comunidades locales** para el diseño y la creación de experiencias que, junto con la oferta de servicios turísticos y complementarios, se traduzcan en **productos turísticos** con cabida en los mercados, lo que implica procesos de **innovación** y de **sostenibilidad**.
3. Los productos están **basados en necesidades**, si bien no sean obvias, lo que implica conocer los perfiles y expectativas de los clientes potenciales. No todos los productos atienden o interesan a todos los públicos. Un mercado meta es el grupo de personas u organizaciones a las cuales se dirige el marketing de producto. Cuanto mayor es el mercado meta a abordar, más necesidad tenemos de generar masa crítica para justificar una promoción indiscriminada y generar rentabilidad.
4. Los productos **los diseñan y gestionan los proveedores** turísticos, no la Administración, aunque –y conviene- que participe en el proceso, como agente inductor, financiero y colaborador necesario.
5. Un producto no es un paquete. **Los productos se constituyen a partir de recursos** turísticos que hay que potenciar para convertir en atractivos, que están asociados con el entorno, las creencias, la cultura (en todas sus manifestaciones) y el patrimonio - tangible como el intangible- que se constituyen en los principales factores diferenciadores de un territorio, el cual busca convertirse / posicionarse como **destino turístico**.



6. Un producto **debe ser fácil de entender, fácil de reconocer, fácil de vender y accesible** (en su distribución, ya sea directa o intermediada). **Los productos deben ser rentables**, aunque puede plantearse el desarrollo de productos de rentabilidad "social": bajo impacto, pero que generan, por ejemplo, oportunidades de empleo, de manera consecuente con políticas de integración y desarrollo social, es decir, bajo parámetros de **sostenibilidad** y generadores de **desarrollo humano**. La **promoción de los destinos** ya no puede contemplarse como coste sino como inversión, lo que implica gestión profesionalizada, orientación a resultados, compromiso y desarrollo de sinergias; una estrategia coherente y coordinada y una estructura organizativa estable y eficaz, con visión y recursos para atender el largo plazo.

7. El éxito de un producto estriba en qué tipo de **necesidades cubre -funcionales** (dormir, etc.), **simbólicas** (autorrealización, prestigio social, etc.) **y vivenciales** (intercambio cultural)- **y el equilibrio entre la experiencia y el coste**. Estas utilidades se expresan por medio de servicios (básicos y agregados), elementos de valor añadido (marcas, conceptos de ocio, etc.) o vivencias.

Si trabajamos en un plano funcional, no ofrecemos valor y, en consecuencia, la competencia en precio determina nuestra suerte (salvo que seamos la única oferta de la región). Cuanto más "experiencial" es un producto, mayores son las posibilidades de competir con ventaja y margen.

8. **A veces los aspectos diferenciales no están en los atributos nucleares** del producto, sino en los formales o ampliados, que hay que potenciar (como ocurre en muchos productos "de marca"). Implica un análisis individualizado de cada producto. La cultura de la hospitalidad es un buen ejemplo de ello. Sólo cuando no se disponen de **fuentes de información fiables**, se puede trabajar con hipótesis a partir de información secundaria, observación e intuición.

9. Los servicios se experimentan, pero no se poseen. Un evento turístico será irreplicable, en función del momento y los intervinientes: siempre hay algún factor que cambia. Pese a ello, hay que **buscar una uniformidad que asegure un cierto nivel de calidad en el desempeño**.

10. El desarrollo turístico además de la puesta en valor de los recursos requiere un **sustrato social de hospitalidad**, que entienda, valore y aproveche la capacidad de intercambio cultural y de generación y distribución de ingresos que ofrece el turismo; recursos económicos para la ejecución y la adquisición de conocimiento técnico.

1.2. Plan de trabajo

1.2.1. FASE 1: Alcance y planificación

- Socializar la metodología y el cronograma con el Comité de Seguimiento.
- Constituir un comité gestor local con los principales actores de la región.
- Socializar la metodología y el cronograma con el Comité Gestor Primario Local.

1.2.2. FASE 2: Diagnóstico

El objetivo de esta fase es elaborar un análisis sobre la situación, oportunidades y perspectivas del sector de turismo en el ámbito del destino turístico, que incluya una evaluación de las condiciones del territorio para sentar las bases del desarrollo posterior de la cartera de productos (portafolio), mediante un Diagnóstico que contemple:

- El análisis del contexto económico, social, político y ambiental del destino que contenga: análisis de la población y su estructura demográfica, así como un componente de expresión cultural, tendencias de la población por edad, educación e ingresos, roles de hombres y mujeres en la sociedad, población vinculada a la actividad turística, mapa de actores del destino (es decir, roles y articulación de los diferentes actores y grupos de interés) y climatología.
- El análisis de la demanda actual y potencial.
- El análisis de la oferta turística: recursos y atractivos turísticos, planta turística, servicios básicos, actividades turísticas y proveedores turísticos locales.
- El análisis de la vocación turística del territorio.
- El análisis de las inversiones públicas y privadas.
- El análisis de la competencia.
- La actualización del inventario de atractivos y recursos turísticos de los municipios.



En este proceso se realizarán entrevistas semiestructuradas, así como un análisis de información secundaria proporcionadas por el cliente o directamente de las fuentes, cuando sean públicas (planes de turismo del departamento, regiones o municipios, Sistema de Información Turística y Cultural SITYC, datos estadísticos de Colombia, hemeroteca, catálogos en papel y online de los 10 principales operadores colombianos o receptivos locales, etc.).

Incluirá un mapeo de los principales agentes y líderes institucionales y gremiales involucrados en el desarrollo turístico del territorio, que gestionan los recursos, estructuran la actividad productiva y social y cuyas expectativas, capacidad de presión, intereses particulares deben ser tenidos en cuenta.

Para la revisión del inventario de recursos y productos, el equipo actualizará el inventario de los atractivos turísticos con la metodología de Inventarios del Viceministerio de Turismo, con la ayuda de una matriz prevalorada, clasificándolos mediante los siguientes criterios avalados por la **Organización Mundial del Turismo**:

- Importancia, en tres categorías básicas: focales, complementarios y de apoyo. Los atractivos focales se refieren a los elementos distintivos de patrimonio natural o cultural con rasgos intrínsecos de singularidad que mayor caractericen dicha área; los atractivos complementarios también se refieren a elementos de patrimonio natural o cultural que se encuentran en un área determinada, pero que no poseen el mismo grado de importancia o singularidad que los focales; y finalmente están los atractivos de apoyo, constituidos por los elementos que soportan de alguna forma la experiencia turística brindada
- Aprovechamiento del recurso en sí mismo: ¿Está maximizado? ¿Es mejorable? ¿En qué medida o que acciones pueden potenciar su valor?
- Señalización: ¿Está interpretado, señalizado o ésta es ausente o claramente mejorable?
- Estado de uso y conservación.

- Problemas identificados con la capacidad de carga, entendida como la relación entre el espacio y el número de visitantes. ¿Afluencia? ¿Congestión? ¿Problemas de gestión?

Una vez finalizadas las actividades anteriores, se organizará una metodología que, a partir de éstas, permita obtener un análisis integral de las interrelaciones existentes entre los distintos aspectos estudiados y que concluirá en un análisis FODA, permitiendo identificar las oportunidades y las líneas de acción.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

La Matriz DAFO (también FODA o SWOT, en inglés) es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización. Las siglas DAFO corresponden a (F) Fortalezas; (O) Oportunidades; (D) Debilidades; (A) Amenazas.

Las debilidades y fortalezas pertenecen al ámbito interno del destino y su estructura organizativa, al realizar el análisis de los recursos y capacidades; este análisis debe considerar una gran diversidad de factores relativos a aspectos de producción, marketing, financiación, generales de organización, etc.

Las amenazas y oportunidades pertenecen siempre al entorno externo y el mercado, debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, anticipándose a las mismas. Aquí entra en juego la flexibilidad y dinamismo de cada destino.

Entregable de esta fase es un documento de diagnóstico que contenga:

- Análisis del contexto económico, social, político y ambiental.
- Caracterización del mercado turístico (oferta y demanda) y sus tendencias.
- Análisis de las inversiones públicas y privadas clave: proyectos de inversión general relevantes en la zona, relacionados al turismo, públicos y privados.
- Mapa de actores.
- Un análisis DOFA.



1.2.3. FASE 3: Conceptualización del producto turístico

El objeto es la identificación concertada con actores del destino de productos actuales y potenciales, realizar una valoración de las potencialidades turísticas del destino, identificar oportunidades, analizar el grado de aprovechamiento de los recursos y las necesidades para su puesta en valor o potenciación y analizar condiciones de operación actuales para informar el posterior catálogo de productos.

Este proceso implica:

- La realización de tres (3) talleres con la comunidad (con la participación del sector público, privado y líderes comunitarios) para identificar, evaluar y seleccionar de forma participativa los productos turísticos potenciales. Los municipios estarán divididos en tres grupos, para cada grupo se hará un taller en un municipio estratégico que por su ubicación geográfica permita la participación de la comunidad correspondiente.

De media jornada, los talleres implicarán el uso de una metodología participativa: MetaSSeisom©, en el que los asistentes, con ayuda de un monitor de Inmark y miembro del equipo redactor, realizarán un ejercicio de ordenación de valoraciones, necesidades y propuestas. Requieren ser selectivos para ganar efectividad (alrededor de 15 personas cada uno, aunque la metodología permite trabajar con auditorios complejos).

El MetaSSeisom permite recoger la información necesaria para estructurar el árbol del problema o necesidad, el árbol de objetivos; identificar alternativas, riesgos y se adelantan las características del proyecto seleccionado (objetivos, productos, actividades, "socios", financiación, etc.) de manera concertada.

MetaSSeisom© es una metodología ágil, diseñada por Inmark, una herramienta híbrida entre el Metaplan y los Seis Sombreros de Edward de Bono, para orientar procesos de reflexión colectiva, asociados a la inteligencia emocional colectiva. Permite una exposición, análisis, concreción y priorización de ideas en el trabajo en grupo mediante un sistema lógico; así como establecer un mapa de afinidades entre elementos o indicadores, causas, percepciones y expectativas, por cada una de las zonas descritas. Ha sido empleada en eventos estratégicos (incluso por el Viceministerio de Turismo, para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de Colombia 2024) y reuniones de empresa.

- La conceptualización del producto turístico que integre la temática cultural evocada en el folclor vallenato, haciendo especial énfasis en las potencialidades y ventajas comparativas de la región objeto del estudio, a partir de la evaluación de los resultados obtenidos en los tres (3) talleres realizados.



1.2.4. FASE 4: Diseño del Producto Turístico

El objeto de esta fase es desarrollar una cartera de productos (portafolio de productos) elaborada a partir de las potencialidades y ventajas comparativas del departamento.



Desde el año de 1994 se identificó el turismo como sector de alta potencialidad en Colombia, tras la visita de **Michael Porter** a Colombia. Bajo este enfoque, se definió la creación de diez clústers para el desarrollo del turismo receptivo en el país. En la **Ley 300 de 1996** – Ley General de Turismo de Colombia, se definió la importancia del turismo como sector esencial para el desarrollo del país y de las diferentes regiones.

La **Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turística** definió la competitividad turística como: la capacidad de que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura.

El atractivo del destino tiene que ver con una combinación de factores: la reputación, el “exotismo” (entendido como lo que es diferencial respecto de los mercados emisores), la novedad, estar de moda, la oferta de actividades y su deseabilidad. Ser un destino poco explotado, ofrecer experiencias únicas o que se oiga hablar bien de nosotros puede ser una ventaja comparativa.

Para que el proyecto sea un éxito, es necesario considerar la vocación del territorio, los factores competitivos a escala territorial (elementos diferenciales y el papel de las instituciones, agentes empresariales y residentes) y las necesidades de los visitantes, si bien no sean obvias. Y para que ofrezca resultados en el corto o medio plazo y genere un efecto demostrativo hay que partir de realidades y no de futuribles. Esto excluye los entornos con ausencia de servicios, suministros e infraestructuras adecuadas, capacidad receptiva suficiente o seguridad.

La selección se hará en función de criterios de impacto (económico y social), atractivo, rentabilidad, innovación.

Este proceso se desarrollará mediante trabajo de gabinete (reunión de expertos del proyecto) y participaciones puntuales de proveedores u operadores turísticos locales.

Los productos serán desarrollados en formato “ficha” con el desarrollo de la siguiente información:

- Nombre (sugerente).
- Concepto de producto.
- Beneficios asociados para el turista.
- Atributos, componentes y niveles.
- Comercialización (directa, canal, etc.).
- Públicos objetivo.
- Indicadores que evalúen la sostenibilidad ambiental y sociocultural de los productos al ser implementados.
- Determinar eventuales necesidades de intervención pública y privada e identificar eventuales fuentes de financiación para los proyectos de intervención para la implementación de los productos.

Son entregables de esta fase:

- La conceptualización definida de acuerdo con los talleres realizados.
- Documento-cartera de productos (portafolio), con detalle de la identidad del producto, sus atributos y características tangibles e intangibles, necesidades para su potenciación y mejoras a implementar y necesidades de intervención pública.

1.2.5. FASE 5: Plan de Implementación

El objeto de esta fase es desarrollar un Plan de Acción para la implementación del producto turístico cultural de la zona sur del departamento de La Guajira.

Son tareas de esta fase:

- Generar un plan de acción junto con el Comité Gestor Local y un cronograma de implementación, con definición de responsabilidades.
- Consolidar y validar el plan de acción con representantes del ente territorial, miembros del comité conformado, la Gobernación de La Guajira y FONTUR.

Son entregables de esta fase:

- Documento conteniendo el listado con nombres de integrantes del comité, plan de acción y cronograma de implementación, con definición de responsabilidades.

1.3. Control de Calidad

INMARK, dentro de su Sistema de Calidad, dispone de procedimientos que obligan a la planificación, supervisión y seguimiento de todos los trabajos de consultoría que se llevan a cabo, creando las responsabilidades y mecanismos necesarios. La metodología interna de verificación y control de proyecto evalúa la eficacia y eficiencia de las acciones, las dedicaciones de los consultores, la calidad de los trabajos realizados, la documentación y las comunicaciones internas y externas, antes, durante y tras la ejecución de los trabajos y establece requisitos mínimos.

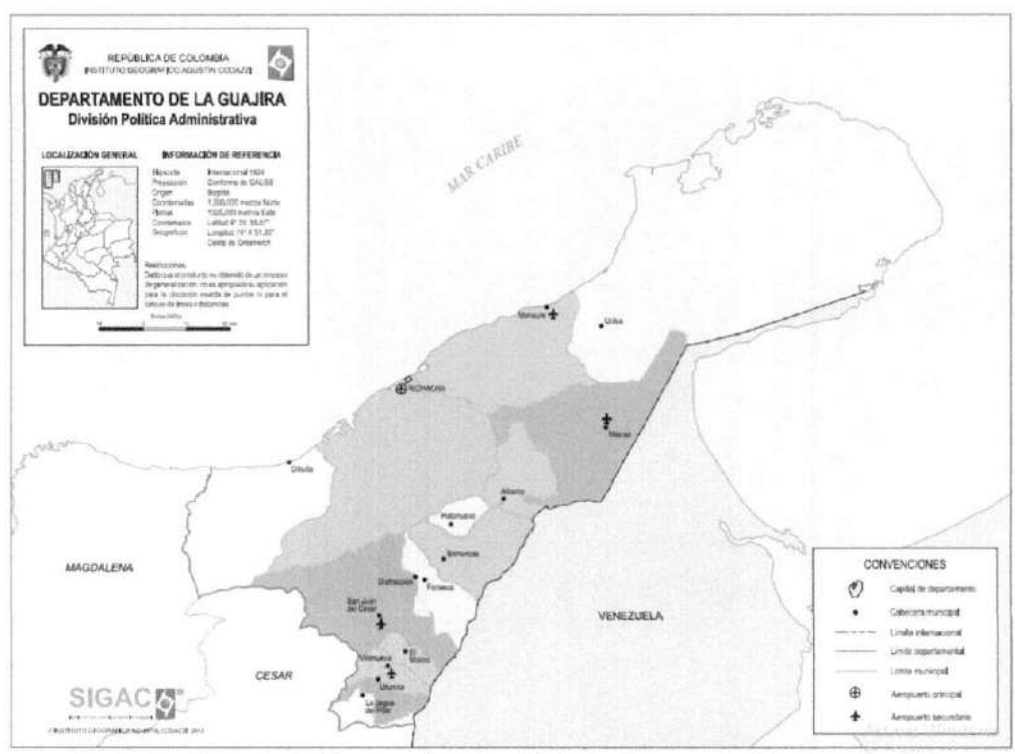
■ Los procesos de consultoría e investigación de mercados de INMARK están adecuados a la Norma UNE en ISO 161001 Investigación de mercados y Opinión; y la EFQM.

■ INMARK es miembro fundador de la Asociación Española de Consultoría de Turismo –de la que ocupa la Secretaría y a cuyo código deontológico está adherida-, de la Asociación de Expertos Científicos en Turismo, y es miembro afiliado de la OMT.

2. Diagnóstico

El departamento de La Guajira se encuentra en la parte más norte de Colombia, limitando al norte y al occidente con el mar Caribe, al oriente con Venezuela y al sur con los departamentos de Cesar y Magdalena.

Ilustración 2. Mapa político de La Guajira.



Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi de Colombia a través de la Red Didactalia.

El departamento está dividido en 15 municipios (ver Ilustración 1), 44 corregimientos y numerosos caseríos y rancherías (lugares habitados por comunidades indígenas). El territorio está bordeado por la cadena montañosa de la Sierra Nevada de Santa Marta y la Serranía de Perijá. En este mismo territorio están ubicados el Parque Nacional Natural Santuario de Fauna y Flora los Flamencos, Bahía-Portete - Kaurrele y el Parque Nacional Natural Serranía de Macuira.

El departamento está dividido en tres regiones de acuerdo con sus características: Alta, Media y Baja Guajira. La primera se ubica en la zona norte, hacia la península, desde Punta Gallinas hasta el Cabo de la Vela, comprendiendo los municipios de Maicao, Uribia y Manaure. Es semidesértica y con algunos cerros como el Teta, Cojoro, Carpintero, Jarara y Macuira. El 95% de la población es de la etnia Wayúu.

La Media Guajira (Dibulla, Riohacha y Albania) es un territorio levemente ondulado con un paisaje menos árido, característico por las dunas y los arenales. Allí es posible encontrar sal, gas y oro. Su población se caracteriza por ser mestiza, negra y blanca. Es considerada la región de La Guajira más comercial del departamento.



La Baja Guajira, al contrario de las anteriores, presenta humedad y riqueza en flora y fauna debido a la presencia de ríos. Además, en ella es posible encontrar todos los pisos térmicos. Por sus características, es la subregión más diversa en cultivos. De esta son parte los siguientes municipios: Hatonuevo, La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar, Distracción, Fonseca y Barrancas.

Para esta contextualización se hará énfasis en los aspectos de los siguientes municipios de la zona Sur de La Guajira: La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar, Distracción, Fonseca y Barrancas.

2.1. Actualización de inventarios de atractivos turísticos

El proceso para la actualización de los inventarios de atractivos turísticos se realizó a partir de la revisión de fuentes secundarias disponible con relación a los atractivos turísticos de cada municipio. Los insumos disponibles fueron planes de desarrollo municipal, planes de desarrollo sectoriales de turismo trabajados en la región, el sistema de georreferenciación de atractivos del Sistema de Información Turística de Colombia – CITUR y los atractivos vinculados con la oferta de planes y paquetes turísticos por parte de agencias de viaje. Tras esta revisión, se realizaron visitas a cada uno de esos atractivos para conocer sus condiciones actuales y llevar a cabo el proceso de diligenciamiento de las fichas de atractivos turísticos basadas en la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.

Una vez finalizado este proceso se procedió a realizar la comparación entre la información los atractivos turísticos identificados en el año 2009 por La Gobernación de La Guajira y los identificados en el presente estudio. De esta comparación se pudo conocer qué atractivos identificados en ese año se estaban omitiendo en la presente actualización para ser incluidos en este inventario.

Posteriormente, se llevaron a cabo talleres con la comunidad en los cuales se pudo obtener información sobre qué atractivos turísticos faltaban por mencionar aparte de los identificados en la revisión de fuentes secundarias.

De ambos resultados (atractivos turísticos faltantes de acuerdo con la comparación con los identificados en el 2009 y los atractivos faltantes identificados por la comunidad durante los talleres) se añadieron los siguientes atractivos:

Tabla 1. Atractivos turísticos nuevos incluidos en los inventarios.

Municipio	Nuevos	Formulario 1 - Patrimonio material	Formulario 2 - Patrimonio inmaterial	Formulario 3 - Festividades y eventos	Formulario 4 - Grupos de especial interés	Formulario 5 - Sitios naturales
Todos los municipios	Amasijos de maíz		1			
	Música vallenata		1			
La Jagua del Pilar - Urumita- El Molino	Cerro Pintao					1
	El Piñal	1				



Municipio	Nuevos	Formulario 1- Patrimonio material	Formulario 2- Patrimonio inmaterial	Formulario 3- Festividades y eventos	Formulario 4- Grupos de especial interés	Formulario 5- Sitios naturales
La Jagua del Pilar	Casa de la cultura	1				
	Casa Antonio Salas	1				
	Pozo Azul					1
	Río Marquesote					1
Urumita	Casa de la cultura Manuel María Ramos	1				
	Casa de la Gota fría	1				
	Casa de los abuelos de Silvestre Dangond	1				
	Iglesia Santa Cruz	1				
	Vivienda rural cafetera	1				
	Acueducto Municipal					1
	Cerro del Viejo Moli					1
	Mirador Las Traseras					1
	Pozo de la Quinta					1
	Pozo de Pato					1
	Pozo Siete Apellidos					1
	Pozo Tres Paredes					1
	Río el Mocho					1
	Vela del Marquesote					1
	Villanueva	Casa de la cultura Rafael Antonio Amaya	1			
Casa museo de la cultura villanuevera		1				



Municipio	Nuevos	Formulario 1 - Patrimonio material	Formulario 2 - Patrimonio inmaterial	Formulario 3 - Festividades y eventos	Formulario 4 - Grupos de especial interés	Formulario 5 - Sitios naturales
El Molino	Casa de la familia Montenegro Balcazar	1				
San Juan del Cesar	Artesanías El Placer		1			
	Balneario Salto de La Junta					1
	Casa de la mamá de Juancho Rois	1				
	Casa de la Ventana Marroncita	1				
	Caserío Los Cardones	1				
	El Totumo	1				
	Museo del Cacique	1				
	Casa Galería Rosa Elvira Díaz	1				
Distracción	Balneario El Paso del Río					1
	Paso Pulgar					1
Fonseca	Casa museo de Fonseca La Provinciana	1				
	Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación	1				
	Museo histórico de Fonseca	1				
Barrancas	Parque Romero Gámez	1				
TOTAL		21	3	0	0	15

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



De estos atractivos, el 54% añadido pertenece al patrimonio material, el 38% a sitios naturales y el 8% al patrimonio inmaterial. Entre los atractivos del patrimonio material se encuentran casas de la cultura que no habían sido tenido en cuenta pero que cumplen un rol importante en el proceso de difusión y promoción de la cultura local. A estos espacios se suman los museos o casas museo de personas que por iniciativa propia han decidido investigar para narrar la historia de sus municipios, en especial historias sobre el vallenato que no se han considerado como atractivo turístico en el pasado o que se han ido perdiendo con el tiempo pero que son de importante significado para la región.

En cuanto a los atractivos de tipo natural, se hace referencia a nuevos balnearios formados por los ríos principales de estos municipios (Ranchería y Cesar) y aprovechados para la práctica de actividades recreativas. Adicionalmente a esto, el Cerro Pintao se ha añadido a los municipios con los cuales colinda: El Molino, Villanueva, Urumita y La Jagua del Pilar.

Como parte de los atractivos inmateriales se han añadido los amasijos de maíz ya que son parte de la gastronomía de esta zona y en sus diversas preparaciones se convierte en parte de la identidad de la zona sur del departamento. De igual forma, a este grupo se ha añadido la música vallenata que, a pesar de ser un mismo atractivo, presenta variaciones en cada uno de los municipios teniendo en cuenta los lugares, personajes o canciones representativos en cada municipio relacionado con el vallenato.

Por otro lado, los atractivos excluidos o no tenidos en cuenta son 70 de los cuales el 43% es de tipo patrimonio material, el 20% festividades y eventos, el 19% patrimonio inmaterial y el 19% son sitios naturales. Entre estos se encuentran aquellos que por deterioro ya no son considerados atractivos, aquellos que no son representativos para la comunidad y no fueron nombrados durante su participación o aquellos que no son referenciados en alguna de las fuentes secundarias en las cuales se llevó a cabo la revisión. Entre estos es posible encontrar teatros, casas de familia, leyendas, fiestas y festivales, balnearios, entre otros.

Es así que, una vez incluido y excluido atractivos turísticos, cada uno de los municipios presenta los siguientes atractivos:

Ilustración 3. Atractivos turísticos de La Jagua del Pilar.

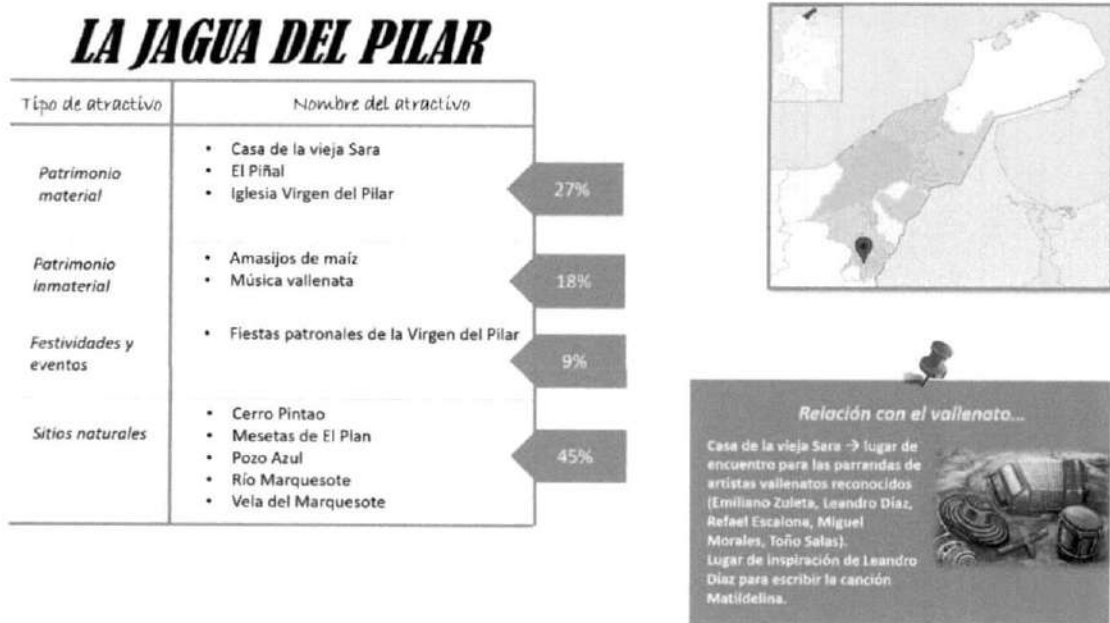
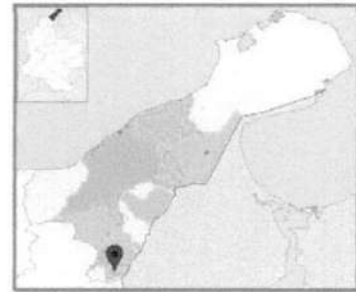
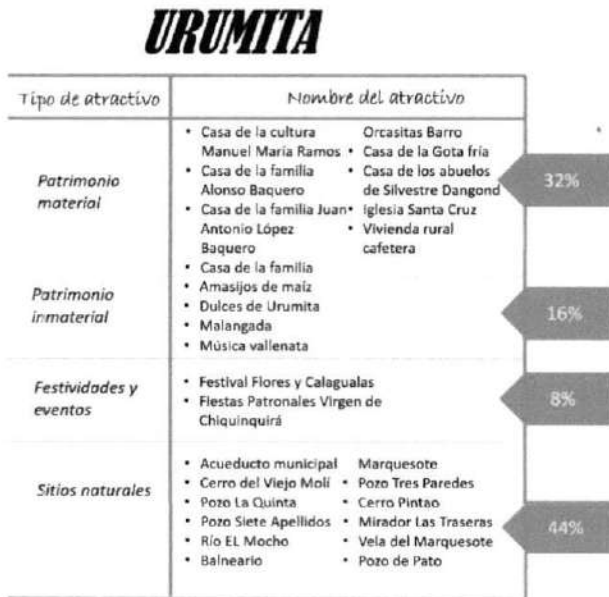




Ilustración 4. Atractivos turísticos de Urumita.

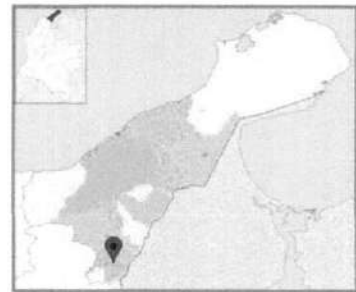


Relación con el vallenato...

Inspiración de la canción "La Casa" en el aire que Rafael Escalona le compuso a su hija. Lugar de La Gota Fria. Personajes como Silvestre Dangond y Fabián Corrales.

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Ilustración 5. Atractivos turísticos de Villanueva.



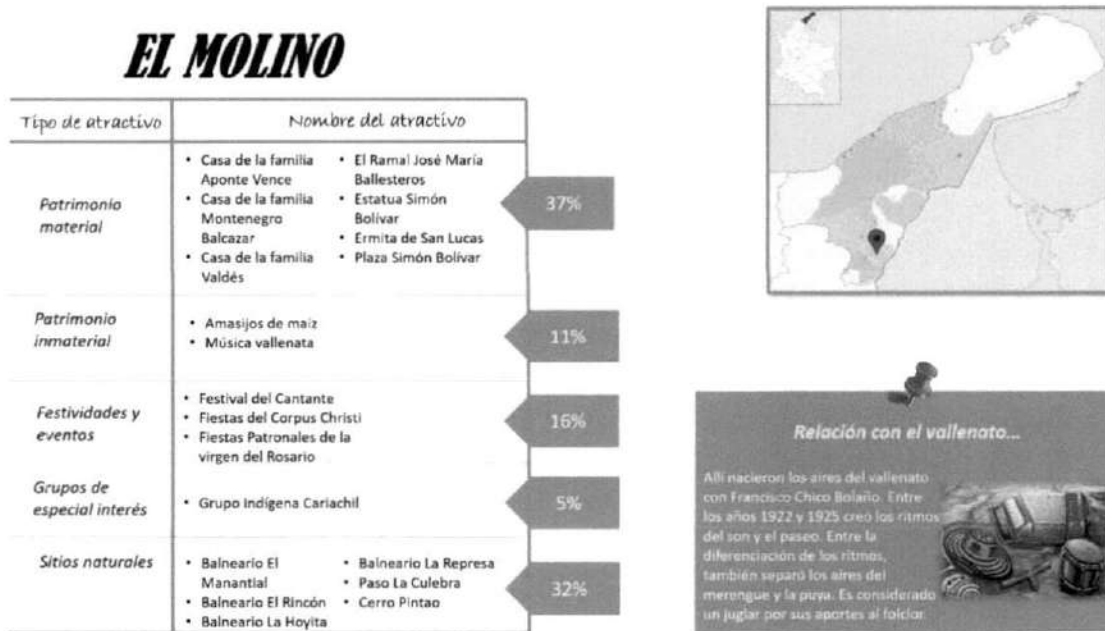
Relación con el vallenato...

Cuna de acordeones. Entre las dinastías reconocidas de este municipio se encuentran los apellidos Celedón, Romero, Fernández y Zúñiga. Actualmente sus artistas representativos son: Jorge Celedón, Jean Carlo Centeno e Israel Romero.

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

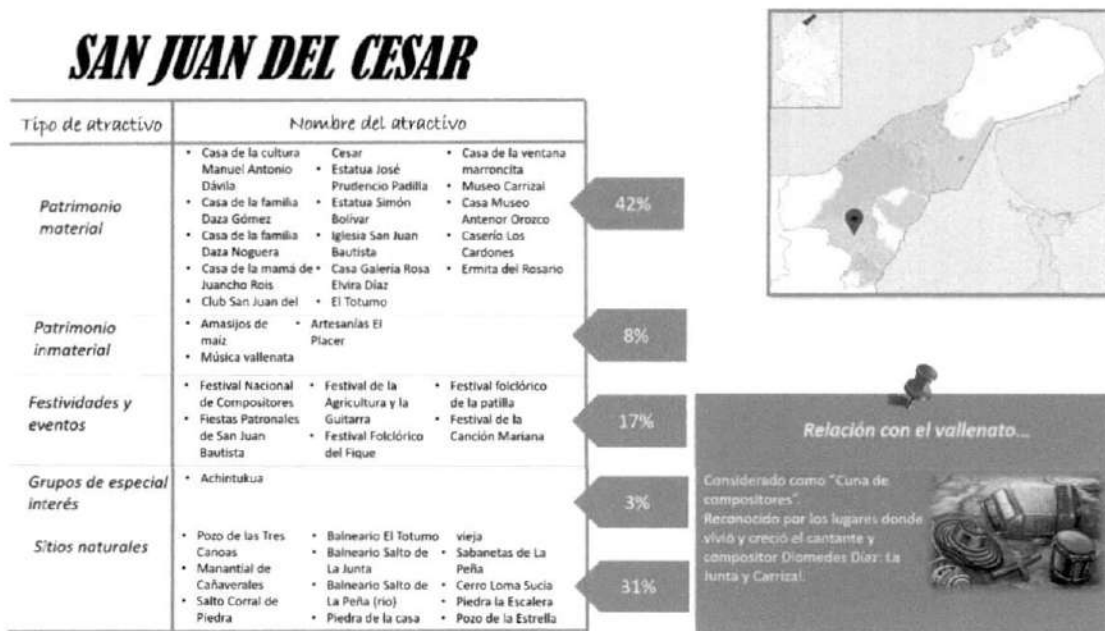


Ilustración 6. Atractivos turísticos de El Molino.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Ilustración 7. Atractivos turísticos de San Juan del Cesar.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

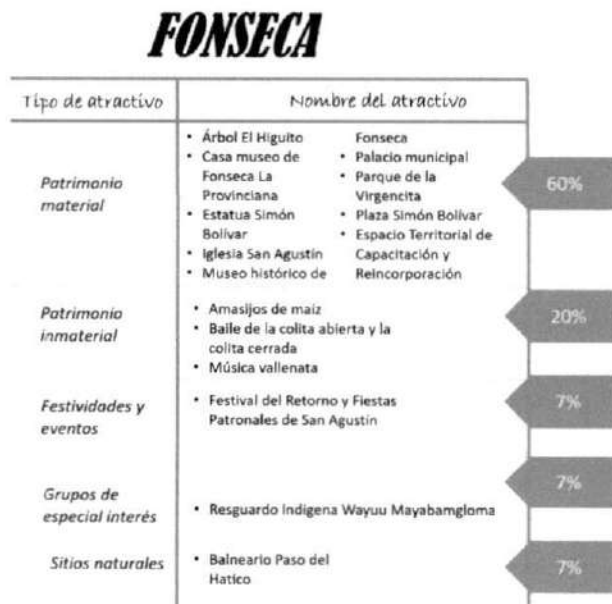


Ilustración 8. Atractivos turísticos de Distracción.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

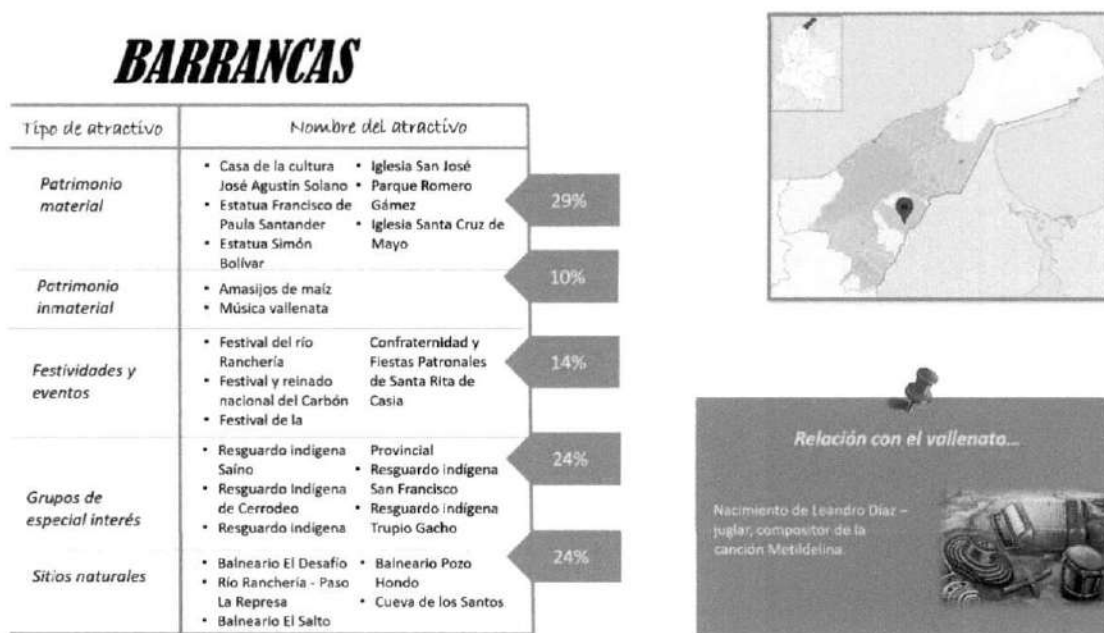
Ilustración 9. Atractivos turísticos de Fonseca.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



Ilustración 10. Atractivos turísticos de Barrancas.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

A partir de la información de los atractivos de cada uno de los municipios se da a conocer el total de cada uno de los tipos de atractivos identificados:

Tabla 2. Cantidad de atractivos turísticos de la zona Sur de La Guajira por tipología.

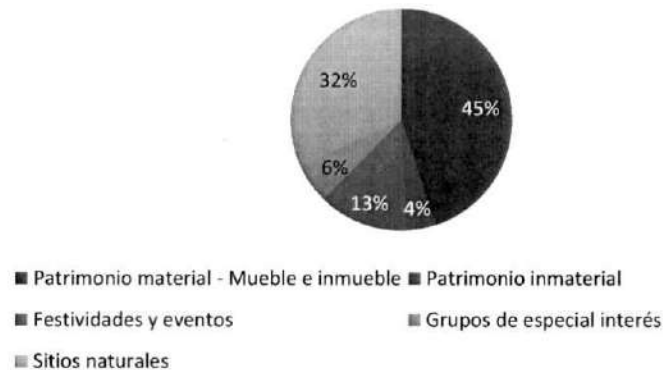
Tipo de atractivo turístico	Patrimonio material - Mueble e inmueble	Patrimonio inmaterial	Festividades y eventos	Grupos de especial interés	Sitios naturales
Cantidad	62	6	18	8	44

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Es decir, de los 138 atractivos identificados, el 45% corresponden a patrimonio material – mueble e inmueble, el 32% a sitios naturales, el 13% a festividades y eventos, el 6% a grupos de especial interés y el 4% a patrimonio inmaterial.

Ilustración 11. Porcentajes de atractivos turísticos de la zona Sur de La Guajira por tipología.

Tipos de atractivos turísticos de la zona sur del Departamento de La Guajira



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

De estos se puede decir que el mayor porcentaje se debe a la cantidad de casas de familia y estatuas que han sido considerados atractivos turísticos. No obstante, de esta categoría se hace énfasis en los museos y casas de museo representativos donde se cuenta la historia del municipio o aquellas relacionadas con algún elemento del vallenato, junto a las viviendas cafeteras de la zona por su interés en desarrollar el turismo en las fincas. El segundo porcentaje más relevante hace referencia especialmente a aquellos balnearios o lugares naturales representativos para la comunidad, bien sea por ser espacios de recreación para las familias locales o por ser lugares con relación con el vallenato por la inspiración que les han brindado a los artistas de este género musical. El tercer grupo se refiere a aquellas festividades locales de cada municipio representativas por ser espacios de encuentro cultural. Estas festividades se caracterizan generalmente por ser de tipo religioso y en el marco de sus celebraciones se llevan a cabo actividades relacionadas con el vallenato como concursos de piquería, de acordeoneros, de canciones inéditas, entre otros.

El cuarto grupo se encuentra vinculado a los grupos de especial interés asentados en esta zona por el interés que puede generar el conocer sobre sus tradiciones, creencias o modos de vida. Sin embargo, se debe recalcar que el involucrarse o no a la actividad turística depende de su propia voluntad y decisión, toda vez que por sí, no son atractivo turístico, sino sus costumbres y tradiciones, expuestas a través de actividades dirigidas a los turistas en los cuales la comunidad es protagonista en todo el proceso de producción turística. Finalmente, se encuentra el patrimonio inmaterial y aunque por cantidad no tenga un mayor porcentaje, en esta categoría están la gastronomía y el vallenato, siendo este último el atractivo con mayor relevancia para efectos de este proyecto y en general para la región, por su altísimo potencial, y por ser transversal a todos los municipios.

2.2. Análisis del mercado turístico

En este análisis se incluye la demanda, la oferta turística, la vocación turística del territorio, inversiones públicas y privadas y la competencia.



2.2.1. Características de la demanda actual y potencial

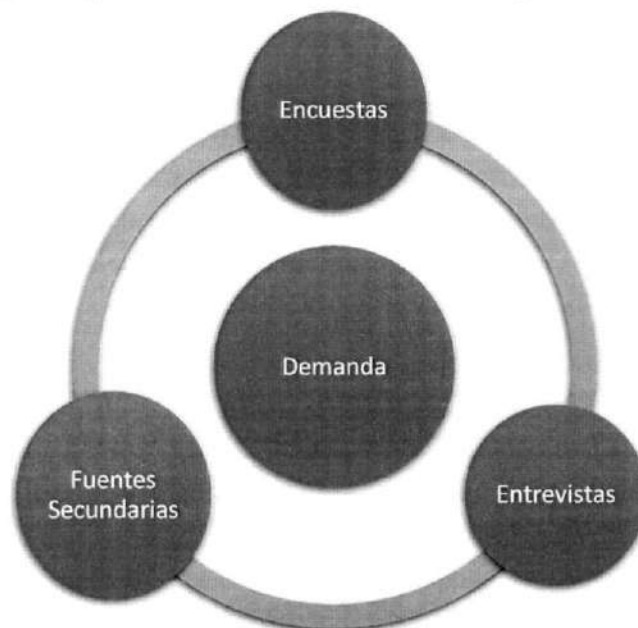
Para analizar la demanda del producto turístico del folclor vallenato, se buscó una combinación metodológica que lleve a conclusiones que permitan hacer una idea de los mercados interesados actualmente en la región, así como otros mercados estratégicos que puedan ser potenciales compradores del producto y los subproductos que se definan.

En primer lugar, se buscaron turistas alrededor de los atractivos turísticos y prestadores de servicios turísticos durante la etapa de diagnóstico, tanto entre semana, como fines de semana, sin embargo, no fue posible encontrar una muestra representativa, toda vez que la dinámica turística es aún muy incipiente. Sin embargo y buscando tener una aproximación, se aplicaron unas encuestas en el Festival Cuna de Acordeones en el municipio de Villanueva para consolidar una muestra y de esta manera, obtener información de interés.

Por otro lado, se hicieron entrevistas a algunas agencias de viaje de turismo receptivo y con posible interés en desarrollar turismo en la zona, de donde se consiguió información para complementar los resultados obtenidos de las encuestas.

Por último, se tomaron fuentes secundarias para identificar flujos turísticos de la zona, así como perfiles de turistas que se tienen identificados y otros que pueden llegar, atraídos por las cualidades del producto turístico. De esta triangulación metodológica, se pueden sacar conclusiones con relación a la demanda potencial del producto de turismo del folclor vallenato y de los subproductos definidos.

Ilustración 12. Esquema base de fuentes de información para el análisis de demanda.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Análisis de las encuestas

El muestreo tiene diferentes posibilidades, pudiendo dividirlos en dos grandes grupos, el muestreo probabilístico y el no probabilístico (Sancho, A., 2001; Gutiérrez Et. al., 2007)¹. Para el presente estudio, el objetivo fundamental es identificar algunas características de la población de turistas y visitantes que llegan al territorio planteado para el diseño del producto turístico alrededor del folclor vallenato, con variables como la motivación del viaje, la destinación y monto de su gasto de viaje, entre otras. Para aplicar una metodología de muestreo probabilístico, es necesario conocer la población objetivo de estudio, que la probabilidad de encontrar los individuos de esta población sea mayor a 0, entre otras.

La idea planteada inicialmente por el equipo técnico de Inmark era encuestar a una muestra de la población total de turistas y visitantes que llegan a la región, sin embargo, no fue posible conocer información de esta población estadística equivalente a las personas que visitan los atractivos turísticos del Sur de La Guajira o, por lo menos, la que llega a los municipios objeto de estudio, por lo que fue necesario buscar alternativas. En este sentido, no es posible determinar, bajo unos niveles de confianza de 95% (mínimo viable) y de error de 5% (máximo aceptado) una muestra equivalente de turistas actuales, toda vez que es una región que aún está en fase de exploración y que no tiene una dinámica turística consolidada. De esta manera, se procedió a aplicar la técnica del muestreo aleatorio por conveniencia, o No Probabilístico, en el cual se busca la población de turistas en el lugar en donde se encuentren para aplicarles el instrumento. Es así que, se diseñó una encuesta con 22 preguntas, la cual se pudo aplicar, por disponibilidad de turistas, tan solo a 66 personas, principalmente, en el municipio de Villanueva, en el marco del Festival Cuna de Acordeones.

¹ Gutiérrez et.al. (2007). La investigación social del turismo. Madrid, España: Thomson.
 Sancho, A. (2001). Apuntes de metodología de la investigación en turismo. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.



FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A TURISTAS

Objetivo: identificar rasgos característicos de la población de turistas y visitantes que llegan al territorio del Sur de La Guajira, puntualmente, a los municipios de San Juan, Barrancas, Distracción, Fonseca, El Molino, Villanueva, Urumita y la Jagua del Pilar.

Nota: se aclara que no fue posible, durante el trabajo de campo, encontrar turistas fuera de los municipios de San Juan y Villanueva. Además, en este último, está radicada la mayor parte de la muestra aleatoria, por conveniencia del estudio.

Persona jurídica que la financió: Gobierno de Colombia – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – FONTUR – Gobernación de La Guajira.

Persona jurídica que la realizó: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia.

Técnica de recolección: encuesta cara a cara con aplicación de cuestionario previamente estructurado.

Grupo objetivo: población visitante que no resida en el municipio y que esté disfrutando de alguno de sus atractivos turísticos y / o servicios turísticos.

Tipo de muestra: muestreo no probabilístico e intencionado (por conveniencia).

Tamaño de muestra: 66 encuestas.

Margen de error: indeterminado.

Fecha de trabajo de campo: octubre de 2018.

A continuación, los resultados:

Ilustración 13. Perfil del turista.

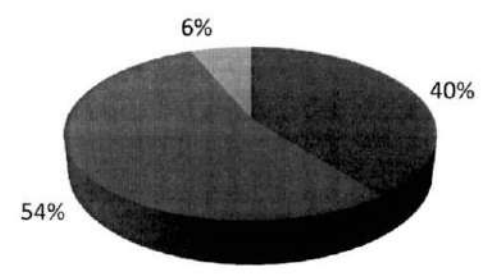


Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Las personas encuestadas tenían, prácticamente todas, la misma motivación de ir a disfrutar del Festival Cuna de Acordeones, por la importancia y relevancia a nivel cultural para la región. De hecho, el 79% de las personas que llegaron lo hicieron por invitación o recomendación de familiares y amigos, al ser esta ya, la versión número 40 de esta celebración.

Ilustración 14. Resultado a la pregunta ¿La visita cubrió sus expectativas?

¿La visita cubrió sus expectativas?



■ No ■ Sí, como lo esperaba ■ Sí, mejor de lo que esperaba

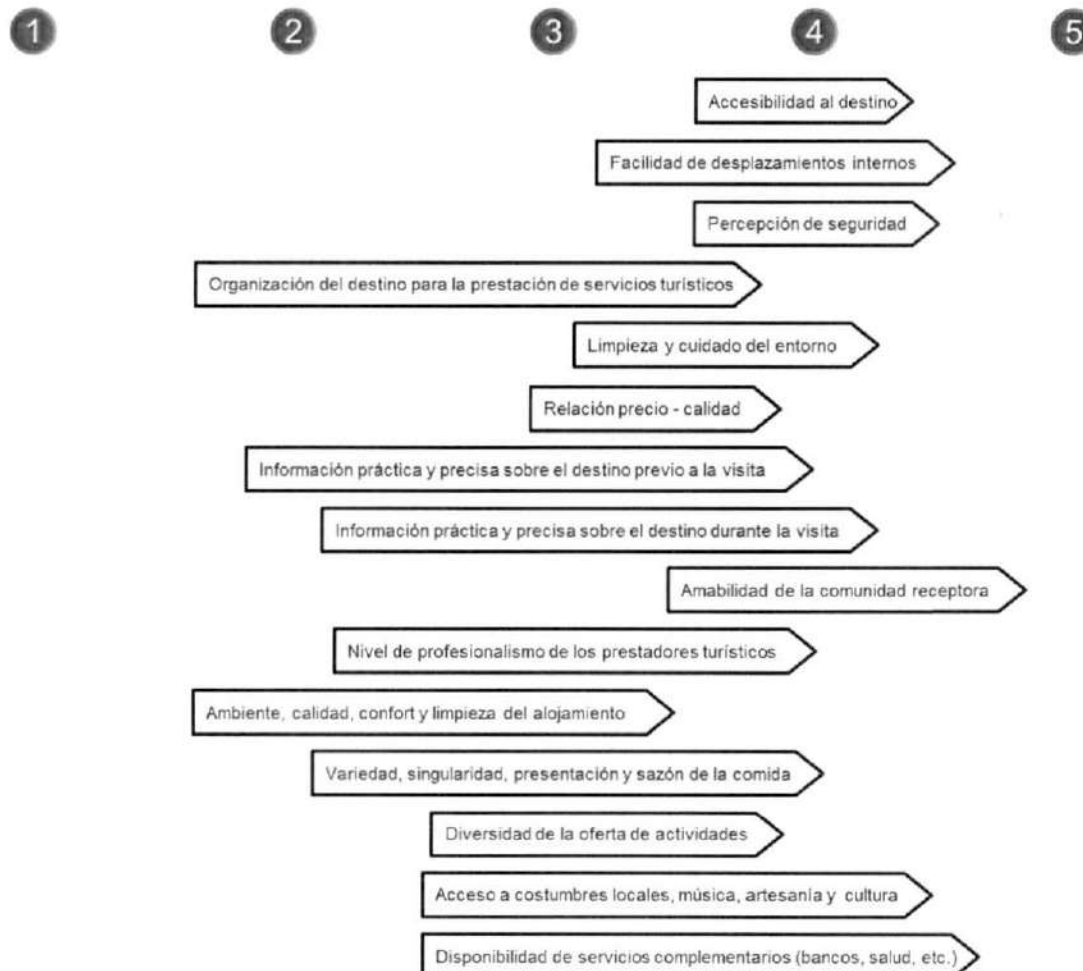
Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Al preguntarle a los visitantes si la visita cubrió sus expectativas, es decir, una medida de satisfacción de su visita, pocos quedaron sorprendidos con lo que encontraron y más bien, un importante número de personas se quejó por la organización y el lugar de realización del festival, más nadie dio detalles adicionales con relación a la oferta musical y los participantes de los concursos, que es donde reside la importancia patrimonial de este tipo de eventos. Esta situación deja una enseñanza muy importante y es que el potencial del folclor vallenato como producto turístico, es muy alto, pero es necesario acompañarlo de experiencias que sorprendan a los visitantes y turistas, con una generación de valor alta y que genere recordación, voz a voz y que tenga eco en el mercado. De lo contrario, no pasará de ser una expresión cultural de orden local. Afortunadamente, la gran mayoría de las personas recomendarían el destino y regresarían, pero es una alarma que requiere de trabajo, sobre todo si la demanda busca expandirse más allá del llamado Valle de Upar.

Por otro lado, se indagó a los visitantes por su percepción (calificación de 1 a 5, siendo 5 lo mejor) con relación a los servicios ofrecidos por el destino y en términos generales hay una sensación de satisfacción, pero para tener presentes como alerta, la falta de confort en el alojamiento (más allá de San Juan del Cesar, la oferta de alojamiento y hospedaje es muy escasa, prácticamente nula). En esta misma línea, hay que reforzar la organización del destino para la prestación de servicios turísticos, así como la oferta gastronómica y la diversidad de actividades en la zona. Todos estos elementos, relacionados directamente con la preparación de la oferta del destino para la prestación de servicios turísticos.

Para destacar, al contrario, se resalta la amabilidad de la comunidad receptora, un "plus" para el desarrollo del turismo en la región, una ventaja comparativa que puede transformarse en una competitiva en la medida en que la prestación del servicio se estandarice. La accesibilidad al destino, la disponibilidad de servicios complementarios, así como la facilidad de desplazamientos internos, también tuvieron un puntaje positivo para los visitantes encuestados.

Ilustración 15. Percepción de aspectos relacionados con la experiencia en el destino.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

En promedio, los turistas que llegaron a la región se quedaron algo más de 3 días, prácticamente la duración del Festival Cuna de Acordeones en Villanueva. Sin embargo, queda la inquietud de cuántos podrían ser los días suficientes y necesarios para apreciar los atractivos turísticos del destino, lo cual dependerá, en buena medida, en la oferta de experiencias que se pueda generar en el territorio.

La mayoría de las personas que visitaron la región, viajaron en familia, para ver y vivir el folclor vallenato y los artistas participantes en todas las categorías. Una buena porción viajó con amigos y llama la atención, que el 11% de los encuestados viajaron solos al festival. Muy pocos de los encuestados viajaron en pareja y prácticamente no hubo turistas que hayan llegado a través de algún paquete turístico.

Ilustración 16. Respuesta a la pregunta ¿cómo viaja?

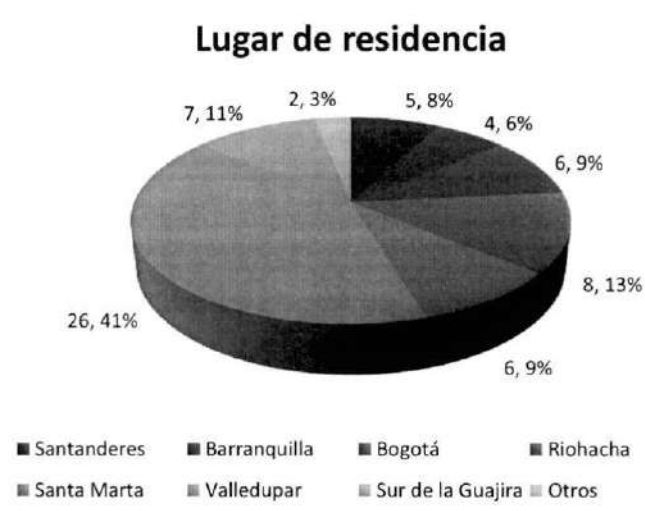


Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

El gasto que los encuestados manifestaron que hacían en promedio por día por persona está en \$249.631, un monto realmente alto y que habría que cruzar con la facturación de los prestadores de servicios turísticos. Por otro lado, al indagar cuáles son las principales fuentes de información para planificar los viajes, prácticamente que, por unanimidad, todas las personas se refirieron a la recomendación de sus amigos como primera alternativa y, como segunda, las redes sociales. Algunos también mencionaron webs oficiales de turismo y agencias de viajes.

Un dato muy interesante relacionado con los gustos de las personas que visitaron la región surge de la pregunta en la cual se busca destacar algún elemento singular. Las respuestas más comunes estuvieron ligadas con el talento musical de los participantes del festival y un elemento muy repetitivo, la piquería, como un exponente singular para resaltar, algo a lo que se le puede obtener algún rédito si se organiza como parte de la oferta turística de la región.

Ilustración 17. Respuesta a la pregunta sobre el lugar de residencia.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



Con relación al mercado actual de la oferta del Sur de La Guajira, se podría decir que es, principalmente, Valledupar con un 41% de participación, seguido a distancia por Riohacha con 13% y 11% residentes en el propio Sur de La Guajira. Santa Marta, Bogotá, los Santanderes (Cúcuta y Bucaramanga), así como Barranquilla, completan el pastel. La mayoría llegó a la región en su vehículo particular, algunos en bus público y otros que llegaron por otros medios. Con respecto a la edad, la gran mayoría, cerca del 70% están entre 25 y 50 años. A nivel de estudios, el 51% es profesional, 20% tiene solo bachillerato y 17% cuenta con un técnico/tecnólogo. 74% son entre empleados y profesionales independientes.

En términos generales, la gente recomienda mejorar la oferta de alojamiento y hospedaje, la alimentación y la oferta de actividades. Los demás, son elementos más propios de la organización del Festival Cuna de Acordeones que de otra cosa, por lo que no se entrará en detalle en este sentido.

Análisis de las entrevistas

Como parte de la triangulación metodológica y con el ánimo de acceder a información del mercado puntualmente, se buscó hacer una serie de entrevistas para dimensionar la situación actual de la operación turística en la región, el interés por parte de la demanda, así como proyectar una posible demanda potencial para el producto de turismo alrededor del folclor vallenato. En este trabajo, se entrevistaron a dos empresas que operan el producto de vallenato en la región. Una, es Vallenato Tour y la otra es Provincia Tours, una con sede en San Juan y otra en Valledupar. Hay otras que manifiestan la operación del producto desde Riohacha, pero la dinámica es aún muy incipiente y no lo hacen de manera constante.

Entre la oferta identificada, hay una ruta por los municipios del Sur de La Guajira, la cual se vende desde hace algunos años a través de los contactos y amigos de una de las empresas, así como a través de la gestión a través de redes sociales. Principalmente, el mercado es Valledupar, aunque también han llegado personas de otras partes del país e incluso ha recibido del exterior. Las empresas, por la escasa madurez del producto y del mismo destino como tal, no tienen claro un mercado potencial con un nivel de características específicas del público objetivo y de una posible segmentación, aunque manifiestan que su mercado son familias y grupos de amigos. Incluso, grupos de parejas también los tiene contemplados dentro de su nicho. En términos generales, el producto se ofrece a quien lo quiera comprar gracias a la publicidad que hace, sin tener un foco establecido.

Es claro para las empresas que operan un producto en la región, que el folclor vallenato es un exponente de la región y que no se le ha sacado suficiente provecho. Para estas, la existencia de carreteras en buen estado es un punto muy favorable que les permite hacer un circuito desde Valledupar, pasando por los municipios más importantes y relevantes desde el punto de vista de la atracción turística y regresar a la ciudad. La situación es más difícil si se piensa desde Riohacha por las condiciones de la vía.

Por otro lado, las operadoras de la región identifican a San Juan del Cesar como el centro fundamental para la prestación de servicios turísticos, toda vez que ofrecen el alojamiento y hospedaje de mejor calidad en la región, así como servicio de restaurante de buena calidad. Es el municipio dormitorio dentro del producto de turismo de folclor vallenato sin lugar a duda.



Una ventaja que considera que ha tenido la región, es la producción de telenovelas tales como la de "El Cacique" que narra la historia de Diomedes Díaz, así como la de "Rafael Orozco", las cuales han dado visibilidad a la región y dinamizado la economía. En términos generales, se hace el planteamiento de salir de los paradigmas territoriales ligados a situaciones más políticas y económicas que socioculturales, lo que ha generado rupturas en la región conocida como el Valle de Upar, a la cual se le ha denominado "La Provincia", por los límites territoriales entre Cesar o La Guajira, lo que a su vez se convierte en el máximo reto de la región, venderse como provincia que son.

Se resaltan entre las dificultades las fuentes hídricas que se han ido secando en toda la región de La Provincia, sobre todo porque son íconos ligados a las canciones vallenatas. Tampoco hay una oferta especializada de guías formalizados en la región, mucho menos, con conocimiento y dominio de idicmas. Otro aspecto a resaltar, es el alto costo del transporte terrestre, toda vez que no hay buses especializados para este tipo de turismo, sino que se contratan buses que suelen hacer viajes a Santa Marta y su tarifa es igual a dicha porción terrestre, así se contrate por dos o tres horas.

Entre los aspectos negativos, también se identifica el exceso de oferta a nivel de alojamiento y hospedaje en San Juan del Cesar, la cual se desarrolló con la expectativa de un desarrollo minero que nunca se logró, lo que ha despertado malas prácticas entre algunos empresarios y una preocupación por una capacidad instalada que está en desuso y que en próximos años puede llegar a deteriorarse.

A nivel de competencia, consideran la Alta Guajira como el principal rival, así como la oferta de sol y playa que hay entre Santa Marta y La Guajira. Incluso, Santa Cruz de Mompóx en Bolívar también lo consideran un rival importante, toda vez que son conscientes de los rezagos en términos de prestación y disponibilidad de servicios para el turista en la región.

Con relación a las demás empresas entrevistadas, tales como Impulse Travel, Awake Travel, Ecodestinos, Galavantac y Aventure Colombia, ven que el producto es interesante, aunque todavía identifican a La Guajira como sol, playa e indígenas Wayúu, más no está en el imaginario el folclor vallenato. En este caso, suponen un interés en la operación del producto, pero esperan a que tome más forma para entrar a ofrecerlo dentro de su portafolio. A nivel internacional, consideran que, mercados como Estados Unidos, Inglaterra, Canadá y Francia, pueden ser los mercados más viables para vender este producto. A nivel doméstico, Valledupar por su cercanía, y sus conexiones con Bogotá y Barranquilla. Por las condiciones mismas de la vía y la oferta turística de la Alta Guajira, ven más difícil la distribución del producto regional, desde Riohacha. A pesar de esto, se ha identificado la empresa History Travelers, la cual ha servido como operadora turística en la región para algunos DMC's del país, aún sin mucho movimiento.

En términos generales, el perfil de turista que podría esperarse para la región suele viajar en familia o con amigos, con un rango de edad entre los 35 a los 60 años, con una motivación de viajar a conocer lugares vinculados con la naturaleza y la cultura del lugar. La mayoría, sería de procedencia nacional y, a nivel de extranjeros, podrían ser provenientes de USA, España, Inglaterra y Canadá, según el mercado actual de las empresas entrevistadas.

Al cruzar esta información con los datos de turistas internacionales con el Informe Global Amadeus de ProColombia 2018, se puede corroborar que los países con mayor emisión de turistas hacia Colombia actualmente son USA y España, además de Argentina, Brasil y Ecuador. El informe, adicionalmente, reporta que la permanencia promedio de un turista extranjero en Colombia es de 11 días y que su reserva se hace con una antelación de 3 meses aproximadamente, lo que podría llevar a pensar que el Sur de La Guajira, podría hacerse parte de la visita, de manera complementaria con otras ciudades.



Análisis de fuentes secundarias

Hacia el Sur de La Guajira, los desplazamientos de turistas por vía aérea se realizan a través de dos terminales aéreas el Alfonso López de Valledupar y el Almirante Padilla de Riohacha.

Bogotá D.C., como capital de la República, es el foco emisor natural de turistas hacia los destinos colombianos, entre ellos el departamento de La Guajira. En la ruta de Bogotá a Riohacha vuela solamente la aerolínea Avianca con una frecuencia semanal de 14 vuelos, aunque se ha inaugurado una ruta de Viva Air en la que se adicionarán 7 vuelos más, para un total de 3 vuelos diarios (2 de Avianca y 1 de Viva Air). Por su lado, la ruta Bogotá-Valledupar opera con dos aerolíneas; Latam con 8 vuelos semanales y Avianca con 21. Adicionalmente en este aeropuerto también opera la aerolínea EasyFly con la ruta Valledupar- Barranquilla, con una frecuencia semanal de 10 vuelos (Informe Conectividad ProColombia, Corte a 24 de junio 2018).

El concesionario aéreo para los aeropuertos de Valledupar y Riohacha es el mismo, Aeropuertos de Oriente S.A.S Operado por KAC, respecto al tráfico aéreo esta empresa reporta:

- El Aeropuerto Almirante Padilla de Riohacha registró un incremento en el tráfico de pasajeros de un 8,90% durante el primer periodo de los años 2017 y 2018 con un total de 42.379 viajeros. Según reporta el Concesionario, la motivación de viaje que más predomina es Sol, Playa y Naturaleza.
- El Aeropuerto Alfonso López de Valledupar, para el primer trimestre de 2018, tuvo un tráfico de pasajeros de 100.726 viajeros, un incremento del 7.48% con relación al mismo periodo del año 2017.

Por parte de Migración Colombia se reportan datos sobre entradas de pasajeros por los aeropuertos de Riohacha y Valledupar, pero no son coherentes con las frecuencias de vuelos que llegan a las ciudades, por ejemplo, para el año 2017, en el aeropuerto Almirante Padilla reportó entrada de 299 pasajeros, de los cuales 266 (89%) fueron extranjeros y 33 (11%) nacionales, los meses de mayor afluencia fueron septiembre para los nacionales con 12 viajeros y marzo para extranjeros con 114 viajeros. Por su parte, del aeropuerto Alfonso López se reportaron estadísticas de entrada de 61 pasajeros, 53 extranjeros y 8 nacionales para los meses de abril y mayo. De estas cifras, es imposible generar algún tipo de conclusión.

Migración Colombia también hace un reporte de datos sobre el ingreso de extranjeros según lo que reportan como ciudad de hospedaje, en los 8 municipios del Sur de La Guajira objeto de estudio los datos recolectados son los siguientes:

Ilustración 18. Registro de extranjeros por destino de alojamiento, 2014 - 2017.

Ciudad de Hospedaje	2014	2015	2016	2017
La Jagua Del Pilar	16	5	14	37
Urumita	15	17	10	21
Villanueva	58	215	24	25
El Molino	54	53	16	26
San Juan Del Cesar	94	84	93	137
Fonseca	234	279	251	292
Distracción	15	10	13	17
Barrancas	131	117	90	82
Valledupar	4347	4874	5182	7532
Riohacha	3226	3716	7036	9150
Total nacional	2.051.948	2.387.392	2.699.196	3.344.005

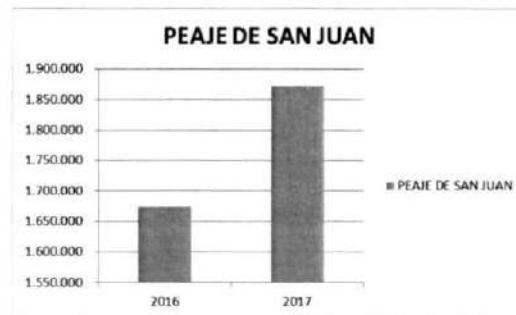
Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia a partir de información de <http://migracioncolombia.gov.co>

Fonseca, Barrancas y San Juan del Cesar son los que tienen las cifras más altas, mientras que Distracción, Urumita y La Jagua presentan las de menor cantidad. Frente a esto, existe una relación directa con la cantidad de alojamientos presentes en los municipios que más se reportan como lugar de hospedaje, especialmente para el caso de San Juan del Cesar que se percibe como la ciudad dormitorio de la región.

Con respecto a Villanueva, es importante tener en cuenta que no se especifica el departamento en el que está ubicado el municipio, teniendo en cuenta que en el país hay más de un municipio con este nombre, se tomó el que tenía el número menor para cada año, sin embargo, esto no garantiza confiabilidad en el dato.

Con relación a las mediciones de tráfico de vehículos en la zona sur del departamento de La Guajira, se tomaron como referencia los datos del Peaje Estación de San Juan (San Juan del Cesar) que reporta 1.673.550 vehículos movilizados en 2016 mientras que, para el año 2018, aumentaron a 1.872.916, lo que refleja un incremento del 12%. Para los primeros 45 días del año 2018, se reportan 268.616 vehículos que, en comparación con el mismo periodo del 2017, registra un incremento del 15% (Fuente: Base de datos ANI, Serie Histórica Mensual de Tarifas, Tráfico y Recaudo Desde 2014 a agosto 2018). Esta dinámica puede estar relacionada con el corto, pero ya importante posicionamiento de San Juan como ciudad dormitorio y con importantes atractivos turísticos en torno a la música vallenata y los museos como los de Carrizal, nuevos exponentes del vallenato en la región, así como la gestión llevada a cabo por los mismos empresarios.

Ilustración 19. Cantidad de vehículos que transitaron por el Peaje de San Juan del Cesar.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información de Peaje Estación de San Juan, 2018.

Analizando otras fuentes de información, se identificó la disponible en las bases de datos del Centro de Información Turística de Colombia – CITUR donde se reportan varios datos interesantes para el departamento de La Guajira.



Ilustración 20. Información sobre La Guajira en el CITUR.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información del CITUR, 2018.

- Según la fuente, la llegada de Pasajeros aéreos a Riohacha en vuelos nacionales regulares ha venido reduciéndose al llegar a un tope máximo en el 2014 con 116.236 pasajeros, y cayendo gradualmente, año tras año, hasta llegar a 75.872 para el 2017. Para el 2018 a corte de enero – julio habían llegado 46.147, presentándose una disminución del 2,41% en referencia al mismo período del año anterior y manteniendo la tendencia a la baja.
- Con relación a visitantes extranjeros no residentes, las cifras son muy alentadoras, al pasar de 8.310 extranjeros no residentes en el 2013, a 55.875 con unos saltos importantes en el 2016 y, sobre todo, en el 2017. Tal dinámica parece ser la constante, toda vez que, para el 2018 y a corte de enero – agosto, la cifra ha tenido un crecimiento importante, llegando a un nivel del 65,35% tomando como referencia el año 2017 para el mismo período.

La misma información relacionada para el departamento del Cesar muestra:

- Una disminución del 6% en la llegada de pasajeros aéreos en vuelos nacionales regulares, pasando de su tope máximo en 2016 con 200.137 pasajeros a 187.242 en 2017, a pesar del aumento gradual desde el 2013. Para el 2018 a corte de enero – julio habían llegado 111.017 pasajeros, presentándose una disminución del 1% respecto al mismo período del año anterior y manteniendo la tendencia a la baja.
- Con relación a visitantes extranjeros no residentes, se presenta un crecimiento del 44% de 2016 a 2017, con aumentos del 11% en el 2015 y 7% en el 2016. No obstante, para el primer semestre de 2018, teniendo como referencia el mismo periodo en el 2017, la llegada de visitantes fue prácticamente igual, pasando de 6.430 a 6.409 pasajeros.



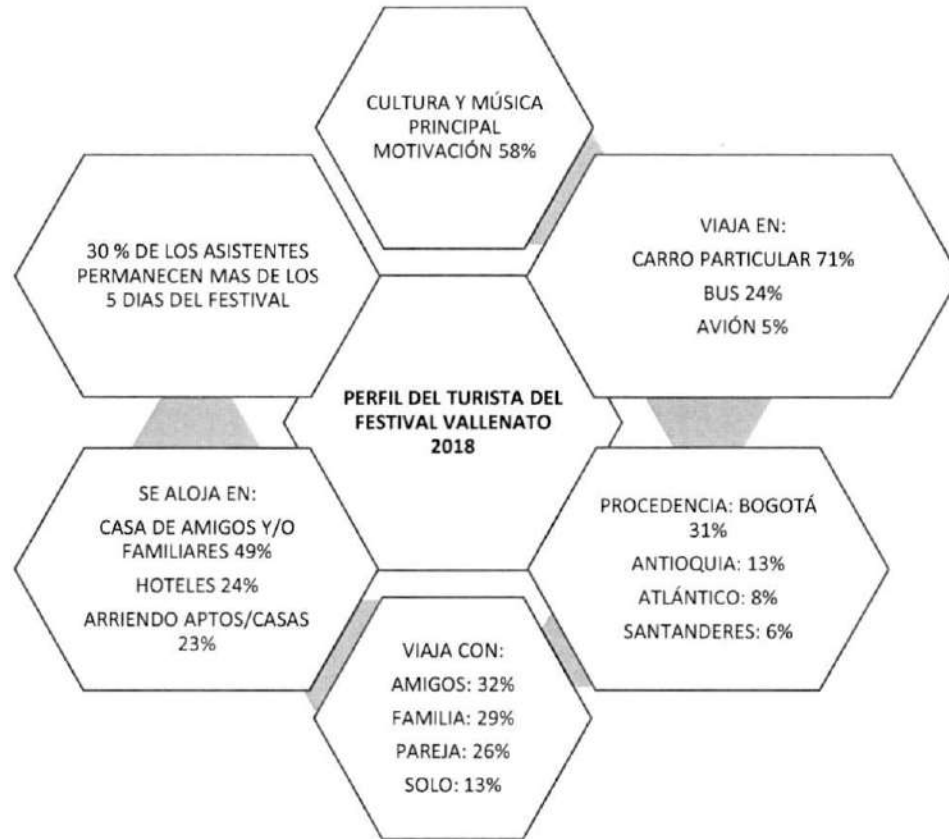
Todo indica que el movimiento de pasajeros se ha reducido, principalmente, la de turistas nacionales, sin embargo, la dinámica de turismo internacional en la zona se ha incrementado, lo que es un punto a favor para la región. Esta dinámica creciente de turistas en el Cesar y en la Alta Guajira, puede llegar a transmitirse hacia el Sur de esta, siempre y cuando se brinden las condiciones de infraestructura adecuadas para ello.

Perfil turista Festival de la Leyenda Vallenata - 2018

Por tener una temática en común, se analizó también el perfil del turista que asistió al Festival de la Leyenda Vallenata 2018 (Versión No. 51) a partir del Balance Comercial y Turístico del Festival realizado por la Cámara de Comercio de Valledupar, del cual surge información de interés como:

- Se estima que asistieron aproximadamente 145 mil personas. Por transporte aéreo, ingresaron cerca de 8.000 pasajeros, por transporte terrestre intermunicipal alrededor de 35.000 en 4.600 buses y, entraron 26.000 vehículos particulares por los peajes de Valencia y Codazzi, con un promedio de 4 pasajeros por vehículo, lo que arroja aproximadamente 104.000 visitantes. Los demás, se asume que fueron personas de Valledupar como tal.
- El 39% de los asistentes encuestados han asistido entre 2 y 5 veces al festival y el 47% asiste por primera vez.
- Los asistentes al festival son en mayoría de procedencia nacional 96%, el 4% restante proviene de Estados Unidos, Puerto Rico, México, España, Argentina, Ecuador, Brasil, Costa Rica, Venezuela e Inglaterra, Islandia, Uruguay, Australia, Perú, Suiza, entre otros.

Ilustración 21. Perfil del turista del Festival de la Leyenda Vallenata 2018.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información del Balance Comercial y Turístico Del Festival. Cámara de Comercio de Valledupar, 2018.

- El 56% de los encuestados visita atractivos naturales como el río Guatapurí, otros ríos o balnearios.
- El gasto promedio por persona en el festival es de \$1.490.000. El mayor gasto se tiene en el transporte de ida y vuelta a Valledupar, con el 21% del total del gasto. Le sigue, el gasto en licor y bebidas, con el 18%, seguido muy de cerca del gasto en alimentación, alojamiento y boletería, con el 17%, 16% y 16%, respectivamente.
- El 89% visitaría Valledupar en otra época diferente al Festival, el 6% no lo haría y el 4% no sabe.
- El 98% recomendaría a conocidos que vengan al Festival y el 2% No sabe.

De estos datos, se puede obtener información relevante en varios aspectos. Por un lado, el Sur de La Guajira por la proximidad con Valledupar, reconocida principalmente por el Festival, podría aprovechar el mercado potencial que proyectan cuando se puede observar que el 89% de los encuestados volverían a Valledupar en otra época del año y, más, sabiendo su interés por la música vallenata como tal. Es decir, este mercado potencial, podría capitalizarse desde el Sur de La Guajira con su producto del folclor vallenato, trabajando de la mano con esta ciudad.

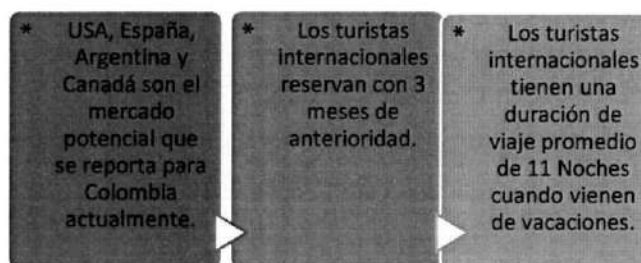


Otras Fuentes de Información

Para perfilar aún más el turista potencial de la región, se aprovecharon otras fuentes secundarias consultadas de documentos como: Informe Global ProColombia 2018, Perfil de Música ProColombia 2018, Plan de Acción Ruta Competitiva del Turismo en la Media y Alta Guajira 2016, Plan Estratégico y de Negocios del Turismo Cultural para Colombia 2016, Diagnóstico Turístico de Valledupar 2016, Documento Iniciativa para reforzar la competitividad del Turismo Cultural en la Región del Cesar 2014 y Plan de Desarrollo Turístico de La Guajira 2012.

El Informe Global ProColombia 2018 muestra potencialidades del mercado internacional hacia Colombia:

Ilustración 22. Mercados potenciales.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información de Informe Global ProColombia 2018.

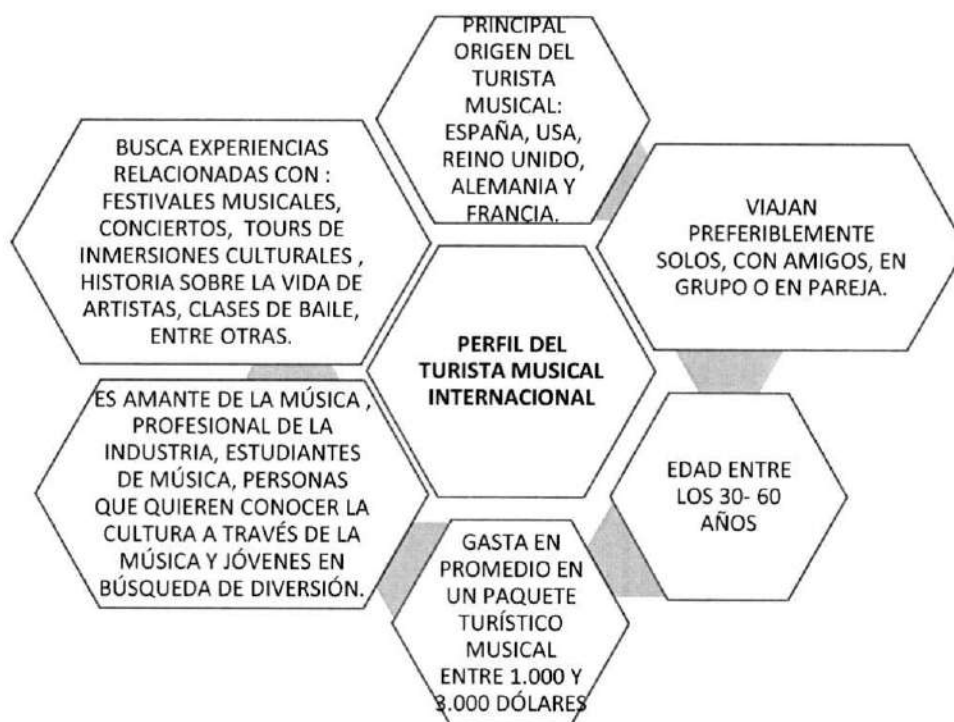
Tomando los datos del Perfil de Música ProColombia 2018, trabajo realizado por su proyección hacia el concepto musical como atractivo turístico y de posicionamiento de destino, se estableció un perfil del turista musical para identificar el potencial de atracción hacia el país del mercado internacional. En dicho estudio se resaltó la importancia de festivales musicales como el Petronio Álvarez y Rock al Parque en la generación de ingresos para los prestadores de servicios turísticos, en la misma línea que el Festival de la Leyenda Vallenata, quizás, la causa de la existencia de una oferta hotelera de alto nivel en la ciudad. Además, resaltan a expertos y exponentes de la música vallenata, tales como Israel Romero, Julio Oñate y Alberto Murgas, quienes son nacidos en el Sur de La Guajira.

Con relación al mercado potencial, se identifica, en términos generales, un crecimiento a nivel doméstico de consumo de música, tanto por internet, como de la escena musical independiente, teniendo a los Millennials como principal consumidor, siendo casi el doble que la población total de este mercado.



A nivel internacional, se tiene a Carlos Vives como referente de la música vallenata, principalmente en Latinoamérica, algo por capitalizar también desde el punto de vista del mercado. En términos generales y según diferentes tendencias internacionales, los viajeros buscan sentirse más como locales, y qué mejor que la música como un exponente de la cultura local y como forma de acceder y compartir temporalmente con una comunidad. En este sentido, tal y como se dio con la mezcla instrumental en la que las culturas se fusionaban mientras compartían con la música, se puede abrir un espacio para conocerse culturalmente, mediante la música vallenata como Patrimonio de la Humanidad.

Ilustración 23. Perfil del turismo musical internacional.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia a partir de información del Perfil de Música ProColombia, 2018

Adicionalmente a esto, plantean dos segmentos del turista musical; uno independiente y otro más sofisticado. El independiente, es un turista que encuentra en la música, una forma para hacer amigos y disfrutar más de sus vacaciones. Disfruta de shows en vivo, de conocer nuevos y diferentes artistas, le gusta aprender a bailar y está abierto a vivir experiencias inesperadas y únicas. Por otro lado, el turista sofisticado, tiene a la música como principal motivación de viaje, es estricto en el itinerario, gusta tanto de la música clásica, así como de la oferta local del lugar que visita. Espera encontrar un guía que sepa de arte, de cultura y, por supuesto, de música.

Del Documento del Plan de Acción Ruta Competitiva del Turismo en la Media y Alta Guajira 2016, elaborado por la Cámara de Comercio, se identificaron aspectos determinan los siguientes perfiles para el turista potencial Internacional y Nacional para esas zonas del departamento, entre las cuales se encuentra un interés en el territorio, su gente, las costumbres y culturas locales. No suelen viajar a esta región con niños y buscan, más bien, experiencias personalizadas y diferenciales. Esto, no muy distante del identificado para esta región por parte del perfil del turista musical.



En el análisis cuantitativo de la demanda realizado para la formulación del Plan Estratégico y de Negocios del Turismo Cultural para Colombia 2016 se observan datos relevantes, como que:

- Colombia está en el tercer lugar de países reportados por la OMT como destinos de turismo cultural.
- La cultura como motivación de viaje registra un alto porcentaje de elección por los encuestados con un 73%.
- Las principales expectativas de los viajes de turismo cultural están puestas mayoritariamente en aspectos histórico-patrimoniales y monumentales y temas de gastronomía local, la música ocupa el sexto lugar.
- A ocho de cada diez entrevistados, los países de Latinoamérica les resultan atractivos como destino de viajes con contenido cultural.
- La música y/o baile como motivación para viajar ubica a Colombia en el tercer lugar después de Brasil y Cuba.
- Quienes conocen Colombia asociaron en mayor medida que quienes no la conocen las actividades/deportes de aventura, la música/baile, la naturaleza, la gastronomía y la historia/patrimonio.
- Quienes no la conocen, destacaron por encima de quienes la conocen aspectos como arte contemporáneo, comunidades nativas, vida nocturna y sol y playa.
- El Vallenato está priorizado como uno de los Productos Identitarios. Para ser incluido en la elaboración de un portafolio de productos Premium y de esta manera ponerlo en valor.

En este orden de ideas, la venta de la música vallenata para los turistas debe hacerse pensando en experiencias muy puntuales y específicas, con alto contenido creativo, una oferta muy local y representativa del territorio, abriendo espacios para los artistas locales, así como se pueden seguir aprovechando a artistas reconocidos y de tradición. En la revisión puntual del Plan de Desarrollo Turístico de La Guajira 2012 y específicamente el perfil del turista potencial, no es mucho lo que se pueda concluir para el Sur de La Guajira.

Finalmente, partiendo del análisis abordado en torno a la demanda actual y potencial y los datos analizados adicionalmente en el documento del "Diagnostico Turístico de Valledupar 2016" y el Documento "Iniciativa para reforzar la competitividad del Turismo Cultural en la Región del Cesar 2014", se infiere que se hace necesario que la planeación, promoción y comercialización del producto turístico cultural de la zona Sur de La Guajira se realice de manera articulada a la ciudad de Valledupar/Cesar.

Las ventajas estratégicas de una alianza con esta región son muchas, pero principalmente están en relación con el posicionamiento comercial del Festival de la Leyenda Vallenata como evento emblemático del folclor vallenato, excelente conectividad aérea con Bogotá y la cercanía a la zona Sur de La Guajira. Esta coalición es también sugerida por las agencias locales entrevistadas, quienes afirman que se debe promover un desarrollo turístico como provincia unificada.



En este sentido, la demanda potencial de mercados internacionales llegaría por vía aérea en conexión principalmente Bogotá-Valledupar y Bogotá-Riohacha, podría buscarse en Estados Unidos, España, Inglaterra, Canadá, Francia y Alemania, quienes están motivados en gran parte por vivir experiencias personalizadas o diferenciales que les permitan sentirse como locales o que estén relacionadas con festivales musicales, conciertos, historia sobre la vida de artistas o clases de música. Además, harían parte del círculo de los amantes de la música, profesionales de la industria, estudiantes de música o jóvenes en busca de diversión, gran parte de los cuales serían viajeros independientes.

En cuanto a la demanda potencial en el mercado nacional, provendría de Bogotá, Antioquia, Atlántico y Santanderes vía terrestre, en la mayoría de los casos, o aérea por Riohacha o Valledupar para el caso de aquellos que llegaran de la capital colombiana, esto aprovechando el posicionamiento del Festival Vallenato en Valledupar y la promoción del turismo como La Provincia. Serían viajeros en grupos con amigos o en familia y que complementan sus planes con visitas a atractivos naturales.

2.2.2. Características y análisis de la oferta turística

La oferta turística está relacionada con los atractivos turísticos, especialmente con aquellos priorizados en el desarrollo del turismo. A este conjunto de atractivos se suman los servicios que se prestan alrededor de ellos o en función de su aprovechamiento. Estos servicios turísticos, relacionados con el alojamiento, los establecimientos de alimentos y bebidas, las agencias de viaje y los servicios de guía, se convierten en parte de la cadena de valor local. A partir de los atractivos turísticos y los servicios alrededor de estos se crean productos comercializables por agencias de viajes, bien sean de carácter local o mayoristas. Es a través de estas que se llega a los segmentos de mercado establecidos. A continuación, se realiza la descripción y el análisis de cada uno de los componentes de la oferta turística.

Atractivos turísticos priorizados

Como se mencionó anteriormente, para comenzar a comprender el desarrollo turístico de un territorio se debe hacer referencia a los atractivos turísticos presentes. Una vez estos son identificados, se hace necesario conocer su situación, para lo cual se plantea el conocimiento de sus características a partir de la evaluación de diferentes criterios que permitan clasificarlos y conocer cuáles de estos serán priorizados. Para ello, se ha usado la metodología planteada por Héctor Ceballos – Lascurain en la que se evalúan los siguientes criterios (ver Tabla 3) y a partir de esto se conoce si los atractivos turísticos serán focales, complementarios o de apoyo.

Tabla 3. Criterios de calificación de los atractivos turísticos.

No.	CRITERIO	EXPLICACIÓN
1	Singularidad	Valor intrínseco, importancia del recurso, es diferencial del destino independientemente de su reconocimiento. Rasgos excepcionales o únicos: endemismos, características únicas del paisaje, construcciones o eventos culturales.
2	Reconocimiento	Reconocimiento del atractivo frente a mercados turísticos del orden internacional. Presencia en programas editados por tour operadores, medios de comunicación, redes sociales.
3	Aprovechamiento	Grado de utilización y puesta en valor turístico.
4	Señalización	Existencia de señalización vertical y horizontal, direccional e interpretativa; centro de interpretación para visitantes; guías

No.	CRITERIO	EXPLICACIÓN
		audiovisuales, para que el turista pueda disfrutar de manera autónoma.
5	Accesibilidad y servicios	Facilidad para acceder mediante vías de acceso adecuadas y señalizadas y para transitar por él (camino accesible: disponibilidad de servicios adecuados: aseos, centro de recepción de visitantes, servicio de A&B o refresco, entre otros).
6	Estado de conservación	Conserva su homogeneidad estética y su integridad física desde su situación original o a partir de las acciones posibles (como restauración) para mejorar la calidad del recurso. Está definida y se respeta la capacidad de carga. Sin síntomas de deterioro.
7	Situación administrativa	Está coordinada su gestión con los entes gestores en destino: horarios y días de visita, tarifas, acciones promocionales, etc.
8	Seguridad	Seguridad activa y posibilidad de asistencia inmediata en caso necesario: planos y protocolos de evacuación, medios de seguridad y vigilancia, personal entrenado y con formación en primeros auxilios, equipamientos (camillas, equipos antiincendios, entre otros); seguridad alimentaria en puestos de comida dependientes; cercanía a centros médicos, bomberos, policía.

Fuente: Consorcio Inmark 2, 2016. Desarrollo del Producto Turístico del Huila.

Cada uno de estos criterios es evaluado de 0 a 3 de la siguiente forma

Tabla 4. Rangos de evaluación de criterios.

	Singularidad	Reconocimiento	Aprovechamiento	Señalización	Accesibilidad y servicios	Estado de conservación	Situación administrativa	Seguridad
3	Ineludible / distintivo	Elevado / internacional	Adecuado – Maximizado	Interpretado	Bien - Practicable General	Alto	Público	Elevada
2	importante regional	Medio	Suficiente al uso	Señalizado	Suficiente - Uso limitado	Medio	Privado concertado	Media
1	Local	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Privado	Baja
0	Inexistencia	Inexistencia	Inexistencia	Inexistencia	Inexistencia	Inexistencia	Inexistencia	Inexistencia

Fuente: Consorcio Inmark 2, 2016. Desarrollo del Producto Turístico del Huila.

Los resultados de dichas calificaciones fueron:



Tabla 5. Evaluación de atractivos turísticos por criterios.

Municipio	Atractivo	Puntaje								Categoría
		Singularidad	Reconocimiento	Aprovechamiento	Señalización	Accesibilidad y servicios	Estado de conservación	Situación administrativa	Seguridad	
La Jagua del Pilar	Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
	Cerro Pintao	3	2	3	0	2	3	3	1	17
	El Piñal	0	1	1	0	1	1	0	1	5
	Iglesia virgen del Pilar	1	1	2	1	1	2	3	3	14
	Fiestas patronales de la virgen del Pilar	1	1	1	0	1	2	3	2	11
	La casa de la vieja Sara	3	2	2	0	2	2	1	3	15
	Mesetas de El Plan	3	2	1	0	1	3	3	2	15
	Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
	Pozo Azul	1	2	1	0	1	2	0	1	8
	Río Marquesote	2	2	2	0	2	2	3	2	15
	Vela del Marquesote	2	2	1	0	1	3	3	3	15
Urumita	Acueducto municipal	0	1	1	0	2	2	1	1	8
	Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
	Balneario Marquesote	2	2	2	0	2	2	3	2	15
	Casa de la Cultura Manuel María Ramos	1	1	2	0	3	1	1	2	11
	Casa de la familia Alonso Baquero	0	0	0	0	3	2	0	2	7
	Casa de la familia Juan Antonio López Baquero	0	0	0	0	3	2	0	2	7
	Casa de la familia Orcasitas Barro	0	0	0	0	3	2	0	2	7
	Casa de la Gota Fría	3	3	1	0	3	1	1	3	15
	Casa de los abuelos de Silvestre Dangond	1	1	0	0	3	2	0	2	9
	Cerro del Viejo Moli	2	2	3	0	2	3	0	2	14
	Cerro Pintao	3	2	3	0	2	3	3	1	17
	Dulces de Urumita	2	2	2	0	3	3	0	2	14
	Festival Flores y Calagualas	1	1	0	0	1	0	1	2	6
	Fiestas patronales de la virgen de Chiquinquirá	3	2	3	0	3	3	3	3	20
	Iglesia Santa Cruz	2	2	3	0	3	3	3	3	19
Malangada	2	2	2	0	3	3	0	3	15	



		Singularidad	Reconocimiento	Aprovechamiento	Señalización	Accesibilidad y servicios	Estado de conservación	Situación administrativa	Seguridad	
	Mirador Las Traseras	1	1	2	0	1	1	3	3	12
	Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
	Pozo de la Quinta	2	2	1	0	2	1	0	1	9
	Pozo de Pato	2	2	1	0	2	3	0	1	11
	Pozo Siete Apellidos	1	1	1	0	2	1	0	1	7
	Pozo tres paredes	3	2	2	0	1	2	0	1	11
	Río Mocho	1	2	1	0	2	0	0	1	7
	Vela del Marquesote	2	2	1	0	1	3	3	3	15
	Vivienda rural cafetera	2	2	2	1	1	2	2	3	15
Villanueva	Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
	Balneario Castillo escondido	0	1	0	0	3	0	0	1	5
	Casa de la Cultura Rafael Antonio Amaya	2	1	2	0	3	3	1	2	14
	Casa museo de la cultura villanuevera	1	1	2	1	3	3	1	3	15
	Cerro Pintao	3	2	3	0	2	3	3	1	17
	El Palomar	1	1	1	0	3	1	0	1	8
	Estatua Escolástico Romero	1	1	1	0	3	1	0	1	8
	Estatua José Prudencio Padilla	0	0	0	0	3	1	0	1	5
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	3	2	0	2	8
	Festival Cuna de Acordeones	3	2	2	0	3	2	2	2	16
	Iglesia Santo Tomás	1	1	1	0	3	2	2	2	12
	La ceiba de Villanueva	1	1	1	0	3	2	0	1	9
	Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
	Parque Cuna de Acordeones	1	2	1	0	3	2	3	3	15
	Parque Rafael Antonio Amaya	1	1	1	0	3	1	3	1	11
	Plaza Simón Bolívar	2	2	2	0	3	2	3	2	16
	Rio Villanueva	1	2	2	0	2	2	3	3	15
El Molino	Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
	Balneario El Manantial	0	0	0	0	2	1	0	1	4
	Balneario El Rincón	1	0	1	0	1	1	0	1	5
	Balneario La Hoyita	1	0	1	0	1	1	0	1	5
	Balneario La Represa	2	1	1	0	1	2	0	1	8
	Casa de la familia Aponte Vence	1	0	0	0	3	2	0	1	7

	Singularidad	Reconocimiento	Aprovechamiento	Señalización	Accesibilidad y servicios	Estado de conservación	Situación administrativa	Seguridad	
El Totumo	1	2	2	1	2	1	3	3	15
Ermita del Rosario	2	1	1	0	1	1	1	1	8
Estatua José Prudencio Padilla	0	0	0	1	2	2	1	1	7
Estatua Simón Bolívar	0	0	0	1	2	2	1	1	7
Festival de la Agricultura y la Guitarra	1	1	0	0	0	0	3	1	6
Festival de la Canción Mariana	1	0	1	2	1	1	3	1	10
Festival de la Patilla	1	1	0	0	0	0	3	1	6
Festival Folclórico del Fique	2	2	2	2	1	1	3	2	15
Festival Nacional de Compositores	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Fiestas Patronales de San Juan Bautista	1	1	1	2	1	2	3	1	12
Iglesia de San Juan Bautista	1	1	1	2	2	3	2	2	14
Manantial de Cañaverales	1	2	2	0	2	2	3	3	15
Museo Carrizal	3	2	3	2	3	3	1	3	20
Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
Piedra de la Casa vieja	0	0	0	0	1	1	0	0	2
Piedra la Escalera	2	2	2	1	1	1	0	1	10
Población Los Pondores	0	0	0	1	2	1	1	2	7
Pozo de la Estrella	1	1	2	0	1	1	0	1	7
Pozo de las Tres Canoas	1	1	2	0	1	1	0	1	7
Sabanetas de La Peña	0	0	0	0	1	1	0	1	3
Salto Corral de Piedra	1	1	2	1	1	1	0	1	8
Distracción									
Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
Balneario El Paso el Río	1	1	2	1	1	1	1	1	9
Balneario El Silencio	1	2	2	1	2	1	3	3	15
Balneario La Represa	1	1	2	1	1	1	1	1	9
Balneario Paso Ancho	1	1	2	1	1	1	1	1	9
Busto Simón Bolívar	0	0	0	0	0	1	3	NA	4
Estatua Simón Bolívar	0	0	0	0	0	1	3	NA	4
Festival de los Laureles	1	1	2	1	2	2	2	2	13
Iglesia Santa Rita de Casia	1	0	0	0	0	1	3	1	6
Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
Paso Pulgar	0	0	1	1	1	1	1	1	6



		Singularidad	Reconocimiento	Aprovechamiento	Señalización	Accesibilidad y servicios	Estado de conservación	Situación administrativa	Seguridad	
Fonseca	Represa del Ranchería	1	1	0	1	2	1	1	1	8
	Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
	Árbol El Higuito	0	0	0	0	2	2	1	1	6
	Baile de la Colita Abierta y la Colita Cerrada	1	2	2	1	1	2	3	3	15
	Balneario Paso del Hatico	0	1	1	1	1	1	1	1	7
	Casa de museo Fonseca La Provinciana	1	1	2	1	3	3	1	3	15
	Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación	2	2	2	1	1	2	3	2	15
	Estatua Simón Bolívar	1	0	0	1	1	1	3	1	8
	Festival del Retorno y Fiestas Patronales de San Agustín	2	1	2	1	2	2	2	2	14
	Iglesia San Agustín	1	1	1	1	2	2	2	2	12
	Museo Histórico de Fonseca	1	2	2	1	3	2	1	3	15
	Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
	Palacio Municipal	1	0	0	2	0	2	3	2	10
	Parque de la Virgencita	0	0	0	0	2	1	1	1	5
	Plaza Simón Bolívar	1	1	1	2	2	2	2	1	12
Resguardo Indígena Wayúu Mayabamgloma	1	1	1	1	1	1	1	1	8	
Barrancas	Amasijos de maíz	1	1	0	0	1	2	1	0	6
	Balneario El Desafío	1	1	2	1	2	1	1	1	10
	Balneario El salto	0	0	0	0	1	0	0	1	2
	Balneario Pozo Hondo	1	1	1	0	2	1	1	1	8
	Casa de la cultura José Agustín Solano	1	2	2	1	3	2	2	2	15
	Cueva de los Santos	1	1	1	1	1	2	3	1	11
	Estatua Francisco de Paula Santander	1	1	0	0	2	1	1	1	7
	Estatua Simón Bolívar	1	1	0	1	2	2	1	2	10
	Festival de la confraternidad y Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia	1	1	2	1	2	2	2	2	13
	Festival del río Ranchería	1	1	1	1	0	1	3	1	9



	Singularidad	Reconocimiento	Aprovechamiento	Señalización	Accesibilidad y servicios	Estado de conservación	Situación administrativa	Seguridad	
Festival y reinado nacional del Carbón	2	2	2	1	2	2	3	2	16
Iglesia San José	1	1	2	2	2	2	2	2	14
Iglesia Santa Cruz de Mayo	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Música vallenata	3	3	2	0	3	3	3	3	20
Parque Romero Gámez	1	1	2	1	2	3	2	2	14
Resguardo Indígena de Cerrodeco	1	1	0	1	1	0	1	1	6
Resguardo Indígena de Provincial	1	1	0	1	1	0	1	1	6
Resguardo Indígena de Saíno	1	1	0	1	1	0	1	1	6
Resguardo Indígena de San Francisco	1	1	0	1	1	0	1	1	6
Resguardo Indígena de Trupio Gacho	1	1	0	1	1	1	1	1	7
Rio Ranchería - Paso La Represa	2	2	1	1	2	2	3	2	15

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

De los 139 atractivos identificados, se identificaron dos atractivos focales, 38 atractivos complementarios y 99 de apoyo teniendo en cuenta que los rangos de calificación y la interpretación para cada una de las categorías son los siguientes:

Atractivos focales: entre 20 y 24 puntos. Son elementos distintivos que caracterizan de forma singular y particular un territorio y son motivo de viaje para los visitantes o turistas.

Atractivos complementarios: entre 15 y 19 puntos. Aquellos elementos naturales o culturales por sí solos no generan atracción a los turistas pero que cumplen el rol de complementar las experiencias relacionadas con los atractivos focales.

Atractivos de apoyo: igual o inferior a 14 puntos. Son aquellos elementos que soportan de alguna forma la experiencia turística brindada en torno a los atractivos focales o complementarios pero que no son causa de visita al territorio. De esto se infiere que para la zona Sur de La Guajira los atractivos se clasifican de la siguiente forma:



Atractivos focales

Música vallenata: cada uno de los 8 municipios presenta alguna relación con este género musical, por ende, este se convierte en un atractivo al que se debe potencializar sus virtudes y aprovechar como motivo de visita. Las actividades se relacionan con el conocimiento de la historia de los ritmos vallenatos en lugares emblemáticos. ●●

Museo Carrizal: casa museo en la cual se da a conocer la historia de la vida del cantante Diomedes Díaz al que se denominaba "El Cacique de La Junta" durante un recorrido por la casa. ●●

Atractivos complementarios

Por municipio

La Jagua del Pilar: ●●●

- La casa de la vieja Sara
- Mesetas de El Plan
- Río Marquesote

Urumita: ●●

- Fiestas patronales de la virgen de Chiquinquirá
- Iglesia Santa Cruz
- Balneario Marquesote
- Casa de la Gota Fría
- Malangada
- Vivienda rural cafetera

Villanueva: ●●●●

- Festival Cuna de Acordeones
- Plaza Simón Bolívar
- Casa museo de la cultura villanuevera
- Parque Cuna de Acordeones
- Río Villanueva

El Molino: ●●●

- Fiestas Patronales de La Virgen del Rosario
- Ermita de San Lucas
- Plaza Simón Bolívar
- Festival del Cantante

San Juan del Cesar: ●●

- Festival Nacional de Compositores
- Artesanías El Placer
- Balneario El Totumo
- Casa de la mamá de Juancho Rois
- Casa de la Ventana Marroncita
- El Totumo
- Festival Folclórico del Fique
- Manantial de Cañaverales
- Casa Galería Rosa Elvira Díaz

Fonseca: ●●

- Festival del Retorno y Fiestas patronales de San Agustín
- Iglesia San Agustín
- Casa de museo Fonseca La Provinciana
- Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación
- Baile de la Colita Abierta y la Colita Cerrada
- Museo Histórico de Fonseca

Barrancas: ●●

- Casa de la cultura José Agustín Solano
- Festival y reinado nacional del Carbón
- Río Ranchería - Paso La Represa

Distracción: ●

- Balneario El Silencio

En común

Cerro Pintao: colinda con los municipios de La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva y El Molino. Las actividades que se llevan a cabo en este lugar se relacionan con Avistamiento de aves, paleontología, expediciones botánicas, senderismo o caminatas, expediciones de herpetología y de arqueología. ●

Vela del Marquesote: en los municipios de La Jagua del Pilar y Urumita. Cascada del río Marquesote que se puede apreciar durante época de invierno por la creciente del caudal del río. ●

Atractivos de apoyo

Por municipio

- La Jagua del Pilar:** ●●
- El Piñal
 - Iglesia virgen del Pilar
 - Pozo Azul
 - Fiestas patronales de la virgen del Pilar

- Villanueva:** ●●
- Balneario Castillo escondido
 - Casa de la Cultura Rafael Antonio Amaya
 - Estatua Escolástico Romero
 - Estatua José Prudencio Padilla
 - Estatua Simón Bolívar
 - Iglesia Santo Tomás
 - La ceiba de Villanueva
 - Parque Rafael Antonio Amaya

- Distracción:** ●●●
- Balneario El Paso el Río
 - Balneario La Represa
 - Balneario Paso Ancho
 - Festival de los Laureles
 - Represa del Ranchería
 - Paso Pulgar
 - Busto Simón Bolívar
 - Estatua Simón Bolívar
 - Iglesia Santa Rita de Casia

- Urumita:** ●●●●●●
- Acueducto municipal Plaza Simón Bolívar
 - Casa de la Cultura Manuel María Ramos
 - Casa de la familia Alonso Baquero
 - Casa de la familia Juan Antonio López Baquero
 - Casa de la familia Orcasitas Barro
 - Casa de los abuelos de Silvestre Dangond
 - Cerro del Viejo Moli
 - Dulces de Urumita
 - Pozo de la Quinta
 - Pozo de Pato
 - Pozo Siete Apellidos
 - Pozo tres paredes
 - Río Mocho
 - Mirador Las Traseras
 - Festival Flores y Calagualas

- El Molino:** ●●●
- Balneario El Manantial
 - Balneario El Rincón
 - Balneario La Hoyita
 - Balneario La Represa
 - Casa de la familia Aponte Vence
 - Casa de la familia Montenegro Balcazar
 - Casa de la familia Valdés
 - El Ramal José María Ballesteros
 - Estatua Simón Bolívar
 - Fiestas de Corpus Christi Fiestas de Corpus Christi
 - Grupo Indígena Cariachil
 - Paso La Culebra



- San Juan del Cesar: ● ● ● ●
- Achintukua
 - Balneario Salto de La Junta
 - Balneario Salto de la Peña
 - Casa de la Cultura Manuel Antonio Dávila
 - Casa de la familia Daza Gómez
 - Casa de la familia Daza Noguera
 - Caserío los Cardones
 - Cerro Loma sucia
 - Club San Juan del Cesar
 - Ermita del Rosario
 - Estatua José Prudencio Padilla
 - Estatua Simón Bolívar
 - Festival de la Canción Mariana
 - Fiestas Patronales de San Juan Bautista
 - Iglesia de San Juan Bautista
 - Piedra de la Casa vieja
 - Piedra la Escalera
 - Pozo de la Estrella
 - Pozo de las Tres Canoas
 - Sabanetas de La Peña
 - Salto Corral de Piedra
 - Casa Museo Antenor Orozco
 - Festival de la Patilla
 - Festival de la Agricultura y la Guitarra

- Barrancas: ● ● ● ● ●
- Balneario El Desafío
 - Balneario El salto
 - Balneario Pozo Hondo
 - Cueva de los Santos
 - Estatua Francisco de Paula Santander
 - Estatua Simón Bolívar
 - Festival de la confraternidad y Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia
 - Festival del río Ranchería
 - Iglesia Santa Cruz de Mayo
 - Iglesia San José
 - Parque Romero Gámez
 - Resguardo Indígena de Cerrodeco
 - Resguardo Indígena de Provincial
 - Resguardo Indígena de Saíno
 - Resguardo Indígena de San Francisco
 - Resguardo Indígena de Trupio Gacho

- Fonseca: ● ● ● ●
- Árbol El Higuito
 - Balneario Paso del Hatico
 - Parque de la Virgencita
 - Plaza Simón Bolívar
 - Resguardo Indígena Wayú Mayabamglomá
 - Estatua Simón Bolívar
 - Palacio Municipal

En común

Amasijos de maíz: son parte de la gastronomía de la zona por ser de consumo local en diferentes momentos y por su preparación con ingredientes locales. ●



Las actividades relacionadas con los atractivos, bien sea porque se están desarrollando actualmente o porque se pueden llegar a desarrollar, son:

- • La recreación en espacios naturales.
- • Interpretación del patrimonio cultural.
- • Interpretación del patrimonio cultural relacionado con el vallenato.
- • Vinculadas con el folclor relacionado con los bailes y danzas tradicionales locales.
- • Vinculadas con la demostración de la gastronomía local.
- • Vinculadas con el folclor relacionado con la música local, especialmente el vallenato.
- • Actividades deportivas y de aventura.
- • Actividades relacionadas con el ecoturismo, senderismo, caminatas ecológicas y de contemplación de fauna y flora.
- • Sobre el conocimiento de creencias religiosas.
- • Para el conocimiento de tradiciones de grupos étnicos.
- • Recorridos de demostración de procesos productivos agrícolas.

De esta forma se infiere que los atractivos focales son los que generan un grado de motivación suficiente para que los turistas lleguen al territorio. En este caso el vallenato se convierte en un motivador para visitar la zona sur del departamento por la relación que cada municipio tiene con este, bien sea por los acontecimientos históricos del vallenato que se vinculan a la historia de cada municipio o por su relación con la vida de personajes (cantantes, compositores, acordeoneros) reconocidos en el mundo de este género musical. Un ejemplo claro de esto es el Museo Carrizal, el segundo atractivo focal identificado, ya que, por el interés de conocer sobre la vida de Diomedes Díaz, hoy en día llegan constantemente turistas a este corregimiento de San Juan del Cesar para realizar el recorrido por la casa antigua y la casa nueva donde vivió este reconocido cantante y compositor vallenato. Con estos atractivos se debe tener en cuenta que, a pesar de ser característicos en la zona, Valledupar ha desarrollado su potencial turístico en torno al vallenato, aspecto que puede ser concebido como una oportunidad en la medida que se trabaje con una visión de territorio como Provincia junto a los municipios del Sur de La Guajira.

Ahora bien, estos atractivos focales requieren de un conjunto de atractivos complementarios que permitan completar una experiencia a su alrededor. Por ello, entre estos se encuentran: festivales a los que suelen asistir personas de la comunidad o de la región que están relacionados con el vallenato y a los cuales se debe fortalecer como espacios de intercambio o muestra de la cultura local ya que algunos han ido desapareciendo por motivos económicos o de falta de interés por mantenerlos; casas museo que han sido iniciativas de personas de la comunidad como medio para mostrar y resaltar la cultura vallenata o histórica de su municipio, pero que requieren fortalecimiento desde diferentes puntos de vista (investigativo, estético, museográfico, entre otros) para convertirse en lugares con mayor atracción para los turistas; balnearios formados por caudales de los ríos principales de la zona con entornos que han inspirado a cantantes y compositores del vallenato o que han sido nombrados en canciones de este género musical, pero que a su vez requieren de acciones que promuevan su conservación y protección ya que su aprovechamiento desmedido ha generado situaciones de contaminación o deterioro ambiental.



Entre estos atractivos complementarios también se encuentran: plazas públicas representativas para las personas de la comunidad, donde se llevan a cabo eventos principales de los municipios pero que requieren de inversiones para mejorar sus condiciones; ríos principales que atraviesan los territorios por su importancia hídrica y de disfrute que requieren mayor cuidado ambiental para recuperar, preservar o conservar la biodiversidad que los rodea con estrategias apoyadas por entes públicos, privados y comunitarios; fincas cafeteras ubicadas en Urumita por el potencial turístico asociado al café y al vallenato lo cual implica la mejora de las condiciones actuales de producción, de accesibilidad, de promoción entre otros aspectos para fortalecerlos como atractivos y Cerro Pintao como un ecosistema con potencial turístico de naturaleza.

Finalmente, en el conjunto de atractivos de apoyo se encuentran aquellos relacionados con balnearios o pozos, iglesias, estatuas, casas de familia con apellidos de renombre y grupos indígenas ya que estos apoyan directa o indirectamente la experiencia turística una vez el turista se encuentra en el territorio y son los que los turistas deciden o no visitar puesto que no forman parte esencial de la motivación.

Como parte del análisis de los atractivos turísticos se incluye el reconocimiento de las tipologías de turismo más representativas de cada uno de los municipios. Para este resultado cada uno de los atractivos es calificado de 0 a 3 de acuerdo con su representatividad en cada una de las tipologías de turismo asociadas.

Tabla 6. Explicación tipologías de turismo.

No.	Tipología	Explicación
1	Turismo de Naturaleza	Actividades de aprovechamiento de espacios naturales como caminatas ecológicas, senderismo, avistamiento de flora y fauna.
2	Turismo Cultural	Relacionado con los festivales, ferias y fiestas que promueven el conocimiento de la cultura local, con las demostraciones gastronómicas y dancísticas. Además, aquellas actividades vinculadas con el vallenato.
3	Turismo de Aventura	Actividades que implican un nivel de riesgo para su realización por las condiciones del lugar. Entre estas se encuentran espeleología, escalada, montañismo, entre otras.
	Enoturismo	Se caracteriza por llevarse a cabo en lugares relacionados con grupos indígenas y la vivencia de sus tradiciones y modos de vida.
4	Agroturismo	Facilita la relación entre los territorios rurales y la actividad turística en la que el viajero se involucra en las actividades de producción agrícola y pecuarias.

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Las calificaciones se establecen de la siguiente forma:

Tabla 7. Rangos de calificación de representatividad de los atractivos turísticos.

	Turismo de Naturaleza	Turismo Cultural	Turismo de Aventura	Enoturismo	Agroturismo
Puntos	3	Representatividad alta o muy alta			
	2	Representatividad media alta			
	1	Representatividad Media			
	0	Representatividad Baja			

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



Los resultados de este proceso fueron:

Tabla 8. Representatividad de los atractivos turísticos según la tipología de turismo.

Municipio	Atractivo	Representatividad					
		Turismo de naturaleza	Turismo Cultural	Turismo de aventura	Etnoturismo	Agroturismo	
La Jagua del Pilar	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Cerro Pintao	3	0	3	0	0	6
	El Piñal	1	0	0	0	0	1
	Fiestas patronales Virgen del Pilar	0	1	0	0	0	1
	Iglesia virgen del Pilar	0	1	0	0	0	1
	La casa de la vieja Sara	0	2	0	0	0	2
	Mesetas de El Plan	1	1	0	0	0	2
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Pozo Azul	2	0	1	0	0	3
	Río Marquesote	2	0	1	0	0	3
	Vela del Marquesote	1	0	1	0	0	2
Urumita	Acueducto municipal	2	0	0	0	0	2
	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Balneario Marquesote	2	0	1	0	0	3
	Casa de la cultura Manuel María Ramos	0	3	0	0	0	3
	Casa de la familia Alonso Baquero	0	1	0	0	0	1
	Casa de la familia Juan Antonio López Baquero	0	1	0	1	0	2
	Casa de la familia Orcasitas Barro	0	1	0	0	0	1
	Casa de la Gota Fría	0	3	0	0	0	3
	Casa de los abuelos de Silvestre Dangond	0	2	0	0	0	2
	Cerro del Viejo Moli	2	0	1	0	0	3
	Cerro Pintao	3	0	3	0	0	6
	Dulces de Urumita	0	2	0	0	0	2
	Festival Flores y Calagualas	0	1	0	0	0	1
	Fiestas patronales de la virgen de Chiquinquirá	0	2	0	0	0	2
	Iglesia Santa Cruz	0	1	0	0	0	1
Malangada	0	2	0	0	0	2	
Mirador Las Traseras	1	0	0	0	0	1	



Municipio	Atractivo	Representatividad					
		Turismo de naturaleza	Turismo Cultural	Turismo de aventura	Etnoturismo	Agroturismo	
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Pozo de la Quinta	2	0	1	0	0	3
	Pozo de Pato	2	0	1	0	0	3
	Pozo Siete Apellidos	2	0	1	0	0	3
	Pozo tres paredes	3	0	3	0	0	6
	Río Mocho	2	0	1	0	0	3
	Vela del Marquesote	1	0	1	0	0	2
	Vivienda rural cafetera	1	1	0	0	2	4
Villanueva	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Balneario Castillo escondido	2	0	1	0	0	3
	Casa de la Cultura Rafael Antonio Amaya	0	2	0	1	0	3
	Casa museo de la cultura villanuevera	0	2	0	0	0	2
	Cerro Pintao	3	0	3	0	0	6
	El Palomar	0	1	0	0	0	1
	Estatua Escolástico Romero	0	2	0	0	0	2
	Estatua José Prudencio Padilla	0	1	0	0	0	1
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Festival Cuna de Acordeones	0	2	0	0	0	2
	Iglesia Santo Tomás	0	1	0	0	0	1
	La ceiba de Villanueva	0	1	0	0	0	1
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Parque Cuna de Acordeones	1	2	0	1	0	4
	Parque Rafael Antonio Amaya	0	2	0	0	0	2
	Plaza Simón Bolívar	0	2	0	1	0	3
Río Villanueva	1	0	0	0	0	1	
El Molino	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Balneario El Manantial	1	0	1	0	0	2
	Balneario El Rincón	2	0	0	0	0	2
	Balneario La Hoyita	2	0	0	0	0	2
	Balneario La Represa	2	0	0	0	0	2
	Casa de la familia Aponte Vence	0	1	0	0	0	1
	Casa de la familia Montenegro Balcazar	0	1	0	0	0	1
	Casa de la familia Valdés	0	1	0	0	0	1
	Cerro Pintao	3	0	3	0	0	6
	El Ramal José María Ballesteros	0	1	0	0	0	1



Municipio	Atractivo	Representatividad					
		Turismo de naturaleza	Turismo Cultural	Turismo de aventura	Etnoturismo	Agroturismo	
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Festival del Cantante	0	2	0	0	0	2
	Fiestas Corpus Christi	0	2	0	0	0	2
	Fiestas patronales de La Virgen del Rosario	0	3	0	0	0	3
	Grupo Indígena Cariachil	0	2	0	2	0	4
	Ermita de San Lucas	0	3	0	0	0	3
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Paso la Culebra	2	0	1	0	0	3
	Plaza Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
San Juan del Cesar	Achintukua	0	2	0	2	0	4
	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Artesanías El Placer	0	2	0	0	0	2
	Balneario El Totumo	2	0	1	0	0	3
	Balneario Salto de La Junta	2	0	0	0	0	2
	Balneario Salto de la Peña	2	0	0	0	0	2
	Casa de la cultura Manuel Antonio Dávila	0	3	0	1	0	4
	Casa de la familia Daza Gómez	0	1	0	0	0	1
	Casa de la familia Daza Noguera	0	1	0	0	0	1
	Casa de la mamá de Juancho Rois	0	1	0	0	0	1
	Casa de la Ventana Marroncita	0	2	0	0	0	2
	Casa Galería Rosa Elvira Díaz	0	1	0	0	0	1
	Casa Museo Antenor Orozco	0	1	0	0	0	1
	Caserío los Cardones	0	1	0	0	0	1
	Cerro Loma sucia	1	0	0	0	0	1
	Club San Juan del Cesar	0	1	0	0	0	1
	El Totumo	1	1	0	0	2	4
	Ermita del Rosario	0	1	0	0	0	1
	Estatua José Prudencio Padilla	0	1	0	0	0	1
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Festival de la Agricultura y la Guitarra	0	2	0	0	0	2
	Festival de la Canción Mariana	0	1	0	0	0	1
	Festival de la Patilla	0	1	0	0	0	1
	Festival Folclórico del Fique	0	2	0	0	0	2
	Festival Nacional de Compositores	0	2	0	0	0	2



Municipio	Atractivo	Representatividad					
		Turismo de naturaleza	Turismo Cultural	Turismo de aventura	Etnoturismo	Agroturismo	
	Fiestas Patronales de San Juan Bautista	0	1	0	0	0	1
	Iglesia de San Juan Bautista	0	1	0	0	0	1
	Manantial de Cañaverales	2	0	1	0	0	3
	Museo Carrizal	0	2	0	0	0	2
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Piedra de la casa vieja	1	0	0	0	0	1
	Piedra la Escalera	1	0	0	0	0	1
	Población Los Pondores	0	1	0	0	0	1
	Pozo de la Estrella	2	0	0	0	0	2
	Pozo de las Tres Canoas	1	0	0	0	0	1
	Sabanetas de la Peña	1	0	0	0	0	1
	Salto Corral de Piedra	1	0	1	0	0	2
Distracción	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Balneario El Paso el Río	1	0	0	0	0	1
	Balneario El Silencio	1	0	0	0	0	1
	Balneario La Represa	1	0	0	0	0	1
	Balneario Paso Ancho	1	0	0	0	0	1
	Busto Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Festival de los Laureles	0	1	0	0	0	1
	Iglesia Santa Rita de Casia	0	1	0	0	0	1
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Paso Pulgar	1	0	0	0	0	1
	Represa del Ranchería	1	0	1	0	0	2
Fonseca	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Árbol El Higuito	1	0	0	0	0	1
	Baile de la Colita Abierta y la Colita Cerrada	0	2	0	0	0	2
	Balneario Paso del Hatico	1	0	0	0	0	1
	Casa de museo Fonseca La Provinciana	0	1	0	0	0	1
	Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación	1	1	0	0	1	3
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Festival del Retorno y Fiestas Patronales de San Agustín	0	2	0	0	0	2
	Iglesia San Agustín	0	1	0	0	0	1



Municipio	Atractivo	Representatividad					
		Turismo de naturaleza	Turismo Cultural	Turismo de aventura	Etnoturismo	Agroturismo	
	Museo Histórico de Fonseca	0	2	0	0	0	2
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Parque de la Virgencita	0	1	0	0	0	1
	Plaza Simón Bolívar	0	0	0	1	0	1
	Resguardo Indígena Wayú Mayabamglomá	0	1	0	2	0	3
Barrancas	Amasijos de maíz	0	1	0	0	0	1
	Balneario El Desafío	1	0	1	0	0	2
	Balneario El Salto	1	0	1	0	0	2
	Balneario Pozo Hondo	1	0	0	0	0	1
	Casa de la Cultura José Agustín Solano	0	2	0	0	0	2
	Cueva de los Santos	1	0	1	0	0	2
	Estatua Francisco de Paula Santander	0	1	0	0	0	1
	Estatua Simón Bolívar	0	1	0	0	0	1
	Festival de la confraternidad y Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia	0	1	0	0	0	1
	Festival del río Ranchería	0	1	0	0	0	1
	Festival y reinado nacional del Carbón	0	2	0	0	0	2
	Iglesia San José	0	1	0	1	0	2
	Iglesia Santa Cruz de Mayo	0	0	0	0	0	0
	Música vallenata	0	3	0	0	0	3
	Parque Romero Gámez	0	1	0	0	0	1
	Resguardo Indígena de Cerrodeco	0	1	0	1	0	2
	Resguardo Indígena de Provincial	0	1	0	1	0	2
	Resguardo Indígena de Saíno	0	1	0	1	0	2
	Resguardo Indígena de San Francisco	0	1	0	1	0	2
	Resguardo Indígena de Trupio Gacho	0	1	0	1	0	2
Río ranchería - Paso La Represa	0	1	0	1	0	2	
Total		82	159	35	19	5	

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

De acuerdo con estos resultados, el orden de importancia del tipo de turismo a desarrollar en esta zona del departamento es:

1. Turismo cultural
2. Turismo de naturaleza
3. Turismo de aventura
4. Enoturismo
5. Agroturismo

De esta forma, los productos y subproductos estarán encaminados hacia la creación de experiencias entorno a estas tipologías de turismo, vinculando distintos atractivos turísticos en diversas actividades enfocados principalmente en la cultura en torno al vallenato. Los atractivos relacionados serán los que presenten mayor nivel de representatividad con el fin de poner en valor aquellos que realmente puedan motivar la llegada de turistas al territorio.

Servicios turísticos

Para este análisis se realizó una selección de prestadores de servicios turísticos (PST), teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Hacen parte de la oferta selecta de servicios turísticos para ser vinculados al diseño de producto turístico de la zona Sur de La Guajira, específicamente empresarios de alojamiento, restaurantes, agencias de viajes y turismo, transporte turístico y guías de turismo, de los 8 municipios priorizados (Barrancas, Distracción, El Molino, Fonseca, La Jagua del Pilar, San Juan del Cesar, Urumita y Villanueva).
- Son PST debidamente formalizados y legalmente constituidos, con base en los registros de la Cámara de Comercio de La Guajira y del Registro Nacional de Turismo (RNT), en condición de Activo (con fecha de corte 11 de septiembre de 2018). Se exceptúan los restaurantes que no están obligados a inscribirse en dicho registro.
- Los PST están vinculados a ofertas organizadas de operadores locales, que ya se encuentren en el mercado.
- Tienen página web propia, están presentes en plataformas web posicionadas en reseñas de viajes como Tripadvisor o metabuscadores de viajes para reservas como Booking.
- Fueron recomendados durante las visitas de campo realizadas en cada municipio.

Para la recolección de la información se utilizó un instrumento de inventario y caracterización que fue elaborado por Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia A continuación, se presenta el análisis por cada tipo de PST.

Establecimientos de alojamiento y hospedaje

La siguiente tabla evidencia los prestadores de servicios turísticos que ofertan servicios de alojamiento y hospedaje en los municipios que conforman la zona sur del departamento de La Guajira.



Ilustración 24. Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.

NOMBRE	TIPO	UBICACIÓN	RNT	TIPO DE SERVICIOS BÁSICOS OFERTADOS		CAPACIDAD Y OTROS SERVICIOS						PLANTA FÍSICA													
				RANGO		No		HABITACIONES	CAP. PAX	CAP. RESTAURANTE	CAP. BAR	CAP. SALONES	CAP. PISCINA	WIFI	CONSERVACIÓN ESTÉTICA	AMBIENTACIÓN GENERAL									
				\$1 a \$50.000	>\$50.000	1	2																		
1 Casa Murillo Hotel	Hotel	San Juan del Cesar	Activo			10	3	24	49	30	30	80	1		4,6	4,5									
2 Hotel Arisuan	Hotel	San Juan del Cesar	Activo			7	0	40	53	20	20	0	1		4,3	3,5									
3 Hotel Saraje	Vivienda turística	San Juan del Cesar	Activo			8	0	24	43	15	10	0	1		3,0	3,0									
4 Cabaña Heaven	Alojamiento Rural	San Juan del Cesar	No			1	0	5	20	0	0	0	0		3,0	4,0									
5 Hotel Winsor	Hotel	Fonseca	Activo			6	0	22	34	0	0	0	0		4,0	3,5									
6 Hotel Guajira Real	Hotel	Fonseca	Activo			7	0	28	47	25	25	88	1		3,6	3,0									
7 Hotel y Restaurante Mayra	Apartahotel (Hospedaje no permanente)	Fonseca	Activo			5	0	18	35	20	0	0	0		3,0	2,0									
8 Hospedaje el Retorno	Hotel	Fonseca	Activo			2	0	14	34	0	0	0	0		2,6	1,5									
9 Hotel Turin	Hotel	Fonseca	Activo			4	0	19	37	0	0	0	0		3,0	2,0									
10 Hospedaje Bucaramanga	Hotel	Fonseca	Pdte actualizar			2	0	12	24	0	0	0	0		2,0	1,5									
11 Gran Hotel Ipani (No recibió)	Hotel	Barrancas	Activo			7	0	20	43	0	0	1													
12 Hotel Muscoli	Hotel	Barrancas	No			3	0	14	19	6	24	0	0		3,3	3,0									
13 Hospedaje La Embajada	Hotel	Barrancas	No			4	0	11	16	15	0	0	0		2,3	2,0									
14 Hotel El Trupillo	Hotel	Distracción	No			1	2	10	20	0	0	0	0		2,3	2,0									
15 Hotel Casa Susana	Hotel	Urumita	No			1	2	4	16	60	0	0	0		4,0	3,5									
16 Hotel Villa Angelina	Hotel	La Jagua	No			1	2	3	9	0	0	0	0		2,6	2,5									
17 Hotel Raquel Rosado	Hotel	Fonseca	No			2	0	13	26	0	0	0	0		2,0	2,0									
TOTAL				9	9	4	3	8	0	0	0	0	0	0	71	9	281	525	191	109	168	9	8	5,1	2,7

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de la información recolectada en las visitas de campo, 2018.

Según información del Registro Nacional de Turismo (RNT), se encuentran activos nueve (9) prestadores de servicios, entre hoteles y viviendas turísticas, de este total, cinco (5) (56%) se encuentran ubicados en Fonseca; tres (3) (33%) en San Juan del Cesar y uno (1) (11%) en Barrancas. Sobre este último, se obtuvo información de su página en Facebook debido a que no fue posible recolectar información en campo porque no recibieron al equipo en la visita.

Por su parte, los municipios de Distracción, la Jagua del Pilar y Urumita reportan un establecimiento cada uno, que no cuentan con RNT activo. Villanueva cuenta con un hotel de la alcaldía que está en remodelación, mientras que en El Molino no hay ningún establecimiento de alojamiento.

Tipo de servicios básicos ofrecidos:

De los 17 establecimientos de alojamiento que reportaron información, se analizaron aspectos como tarifas de habitaciones, precios del menú, número de empleos generados, certificaciones o implementación de alguna norma de calidad y/o sostenibilidad. El 53% de los alojamientos se ubican en el rango inferior a \$50.000, entre los que se encuentran los establecimientos de Distracción, La Jagua y Urumita, cuatro de Fonseca, uno de Barrancas y uno de San Juan del Cesar. El 24% de los establecimientos está entre \$51.000 y \$100.000, en este rango se ubican los hoteles Guajira Real y hotel el Retorno en el municipio de Fonseca y el 18% restante brinda una tarifa superior a los \$100.000, y están los hoteles Casa Murillo, Arisuan y la vivienda turística Saraje, todos de San Juan de Cesar.

En lo pertinente a precios del menú, de los establecimientos de alojamiento que cuentan con RNT, se pudo determinar que cinco (5) ofrecen el servicio de restaurante con un rango de precios del menú inferior a \$20.000 y sin ninguna especialidad de platos.

Entre los 17 establecimientos están generando 80 empleos, de los cuales el 89% son fijos y el 11% restante son temporales, distribuidos entre 4 hoteles.

Se encontró que ninguno de estos establecimientos cuenta con certificación, ni han implementado normas de calidad.

Capacidad y otros servicios:



En cuanto a capacidad, se tuvo en cuenta el número de habitaciones, las camas disponibles, número de sillas en los restaurantes, bares y salones para eventos; si se ofrecía servicio de piscina y de internet inalámbrico. En lo pertinente a habitaciones se cuenta con un total de 281, con 525 camas disponibles. El 47% oferta el servicio de restaurante, con capacidad para 191 comensales. El 29% ofrece servicio de bar con una capacidad para 109 personas que en la mayoría de los casos se ofrece en el mismo espacio que el del restaurante. El 12% cuenta con salones para eventos, con capacidad para 169 personas, el 29% ofrece el servicio de piscina y el 35% de internet WIFI.

Evaluación de la planta física:

En un rango de 1-5 se hizo una calificación de la conservación estética que incluía la estructura, la fachada, los acabados, el aseo y el mantenimiento, sobre lo cual tan solo el 25% obtuvo un promedio mayor a 4 y el 75% restante obtuvo una calificación entre 2 y 4. El otro aspecto evaluado fue la ambientación general, en la cual la mayoría (75%) obtuvo una calificación entre 2 y 4, 13% fue mayor a 4 y 13% menor a 2. Estas calificaciones fueron menores porque en su mayoría están ubicados sobre las vías principales sin ningún tipo de vegetación alrededor y rodeados de un comercio que genera una sensación de desorganización.

Presencia en medios virtuales:

Aquellos establecimientos con presencia en plataformas como Tripadvisor, Booking, Despegar, Trivago, Atrápalo, Expedia y el blog de viajes Viajar por Colombia, son en su mayoría, de los municipios de Fonseca y San Juan. El Hotel Casa Murillo es el que mayor presencia tiene con calificaciones en Tripadvisor de 5 sobre 5 y en Booking de 9,4 sobre 10; le sigue el Hotel Arisuan con calificaciones de 4,5 y 8,3 y el Hotel Saraje con calificaciones de 5 y 8,3 respectivamente. En Fonseca, los establecimientos que han sido calificados por los usuarios son el Hotel Winsor (5 pero solo un comentario y 7,8) y el Hotel Guajira Real con 3,5 y 7,4.

Tres de los establecimientos ubicados en Fonseca y Distracción tienen páginas web propias y 8 tienen página en Facebook, todos de los municipios de San Juan y Fonseca.

Establecimientos Gastronómicos

La siguiente tabla evidencia los prestadores de servicios turísticos que ofertan servicios gastronómicos en los municipios que conforman la zona sur del departamento de La Guajira.



Ilustración 25. Establecimientos gastronómicos.

NOMBRE	UBICACIÓN	RNT	ZONA		RANGO DE PRECIOS	MENU		No FLUJO	No TEMPORAL	ÁREAS SOCIALES Y DE				PLANTA FÍSICA			
			URBANA	RURAL		SI	NO			RESTAURANTE MESAS COMENS ALES	BAR MESAS COMENS ALES	CONSERVA CIÓN ESTÉTICA	AMBIENTAC IÓN GENERAL				
Bahareque Restaurante- Bar	San Juan del Cesar	No			15.000 - 50.000			4	0	10	40	0	0	4	4		
Estadero y Restaurante el Bohío	Distracción	Activo			Estadero 30.000 pax			2	0	0	0	0	0	2	3		
Restaurante El Platana	Urumita	No			6.000 - 10.000			2	0	4	16	0	0	1,3	1,5		
Restaurante El Rincón Urumitero	Urumita	No			5.000 - 10.000			4	0	7	28	0	0	2	2,5		
Restaurante Don Toba	Urumita	No			8.000 - 12.000			4	0	18	100	0	0	2	2,5		
Restaurante Como en Casa	La Jagua	No			8.000 - 12.000			2	0	3	12	0	0	1,3	1,5		
Restaurante Mi Rey	Villanueva	No			8.000 - 14.000			3	0	24	100	0	0	2,3	2,5		
Restaurante La Gran Petra Gómez	San Juan del Cesar	No			8.000 - 15.000			6	0	8	40	0	0	2	2		
Restaurante Barba Blanca	Fonseca	No			10.000 - 35.000			4	0	15	60	15	60	3	3		
Restaurante Como en Casa	Fonseca	No			6.000 - 18.000			3	0	7	30	0	0	3	2,5		
Restaurante Frutos del mar	Barrancas	No			10.000 - 20.000			1	0	5	26	0	0	2	2		
Restaurante Sazon y Sabor	Barrancas	No			8.000 - 12.000			5	0	15	60	0	0	2,6	2		
Restaurante y Balneario El Silencio	Distracción	No			7.000 - 15.000			5	0	100	200	0	0	3	3,5		
Restaurante y Balneario Donde Mime	Distracción	No			10.000 - 17.000			3	0	20	100	0	0	2,6	4		
TOTAL			1	11	3			9	5	48	0	236	812	15	60	2,4	2,6

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de la información recolectada en las visitas de campo, 2018.

Según la investigación, se encontraron 14 restaurantes en siete de los ocho municipios objeto de estudio, siendo el Molino el único sin oferta de este tipo. La distribución es relativamente equitativa, siendo Distracción, San Juan del Cesar y Urumita los que mayor cantidad tienen con 3 establecimientos cada uno. Con respecto a Distracción es de resaltar que su oferta gira en torno a los balnearios del municipio, ofreciendo pasadías que son aprovechadas durante los fines de semana.

En cuanto a ubicación, el 79% se encuentra en el área urbana y el 21% restante en área rural; de los establecimientos evaluados se pudo determinar que tan solo un (1) establecimiento (estadero y restaurante el Bohío), en el municipio de Distracción cuenta con Registro Nacional de Turismo. A pesar de que este lugar está clasificado como 'bar' en el RNT, sus servicios son exclusivamente de estadero.

En lo referente a la oferta gastronómica se evidenció que el 64% de los establecimientos cuenta con alguna especialidad en el menú, relacionada con los asados de carne y platos a la carta; la tarifa de estos menús oscila entre los \$5.000 y \$50.000. Estos restaurantes generan 48 empleos, ninguno de los cuales es de carácter temporal, debido a que varios de estos establecimientos son familiares y la distribución de las tareas se hace entre ellos mismos.

En cuanto a áreas sociales y de servicio los restaurantes ofrecen una capacidad de 276 mesas para atender 812 comensales. El servicio de bar registra un total de 15 mesas con capacidad para 60 personas, que son las mismas que se utilizan como restaurante. Se encontró además que ninguno de los establecimientos gastronómicos cuenta con certificación de calidad y/o de sostenibilidad.

Nivel de conservación y embellecimiento:

Los aspectos evaluados como conservación estética y embellecimiento fueron la estructura, la fachada, los acabados, el aseo y el mantenimiento. El único establecimiento con calificaciones mayores a 4 fue el Bahareque Restaurante-Bar, los demás establecimientos son estructuras básicas, de viviendas adaptadas para recibir comensales, que requieren mejoras significativas y mayor cuidado en el aseo y el mantenimiento. Incluso en los balnearios se requiere que los establecimientos tengan mayor cuidado con el entorno natural en el cual están ofreciendo sus servicios ya que el recurso hídrico se puede ver altamente afectado por el mal manejo y la falta de acciones sostenibles.

Agencias de Viaje

La siguiente tabla evidencia los prestadores de servicios turísticos que ofertan paquetes turísticos en los municipios que conforman la zona sur del departamento de La Guajira.

Ilustración 26. Agencias de viaje locales.

NOMBRE	TIPO	UBICACIÓN	RNT	ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	EQUIPOS			COBERTURA	No. EMPLEADOS	
					PC	TV	ESCRITORIO		FIJOS	TEMPORALES
1 PROVINCIA TOURS	Agencia de viajes operadora	San Juan del Cesar	Activo	Ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional, promocionando los destinos turísticos principales de la Guajira y Cesar. Asimismo ofrecen destinos internacionales.	2	0	2	Alliados con Aviatour por ello ofrecen todo tipo de destino a nivel nacional e internacional	2	0
2 AGENCIA DE VIAJES CORPORACION POR TI COLOMBIA	Agencia de viajes y turismo	Fonseca	Activo	Están en proceso de apertura de oficina en Fonseca.					1	0

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de la información recolectada en las visitas de campo, 2018.

En la zona Sur de La Guajira, según el Registro Nacional de Turismo se ubican tres (3) agencias de viajes:

- Agencia de viajes operadora Provincia Tours (San Juan del Cesar).
- Agencia de viajes Beca Tours San Juan (San Juan del Cesar).
- Agencia de viajes Corporación por ti Colombia (Fonseca).

De Beca Tours San Juan no fue posible obtener información en campo y, al no contar con presencia en plataformas web, no fue posible confirmar su existencia u oferta de planes y paquetes.

La Corporación Por Ti Colombia, está en proceso de abrir oficina en Fonseca, sin embargo, hasta el momento están en proceso exploratorio para crear los planes y paquetes que podrían ofrecer en la región.

Provincia Tours está ubicada en el municipio de San Juan del Cesar, ofrece paquetes a nivel nacional, promocionando los destinos turísticos principales de La Guajira y Cesar; así mismo ofrece paquetes a destinos internacionales, operando las tipologías de turismo cultural y de naturaleza. En cuanto a equipos de cómputo esta agencia registra dos (2) desde donde realiza su operación; generan dos (2) empleos fijos; es aliada de Aviatour y no cuenta con certificación de calidad y/o de sostenibilidad.

En cuanto a la presencia en medios virtuales la agencia Provincia tours promociona su oferta a través de su sitio web oficial (www.provinciatours.com) en donde oferta vuelos, hoteles, paquetes, cruceros, transporte, entre otros; y en el portal www.colombia.com en la categoría prestadores de servicios turísticos.



Guías de turismo

En los municipios de la zona Sur de La Guajira no existen guías de turismo con tarjeta profesional. Actualmente, hay algunos intérpretes que acompañan a las personas en actividades de turismo de naturaleza que, en el caso de Urumita, hacen parte de la Red de Turismo local y que están interesados en organizarse y capacitarse para obtener la tarjeta profesional que les permita hacer parte de la cadena de valor formalmente.

2.2.3. Características y análisis de los canales de comercialización de la oferta turística

Este apartado hace referencia al análisis de la oferta comercial de la zona sur del destino de La Guajira, puesta en mercados turísticos, desagregando aquellas vendidas por algunas agencias mayoristas con sede en Bogotá, así como los paquetes de turismo hacia esta zona que ofrecen las agencias que operan en el departamento.

Análisis de la oferta de agencias de viajes mayoristas

El análisis de la oferta de agencias de viajes mayoristas se realizó con el fin de conocer las empresas promotoras de los municipios de la zona Sur de La Guajira ubicadas en Bogotá como centro emisor de viajeros; además, Riohacha, Santa Marta y Valledupar como principales focos emisores de turistas a la región evaluada. Luego de la revisión, se identificó que tan solo dos empresas ofrecen paquetes que involucren atractivos de por lo menos uno de los 8 municipios focalizados: Aviatur y Colreservas.

Los planes ofrecidos incluyen únicamente al municipio de San Juan del Cesar por su atractivo principal del museo de Carrizal y, en ambos casos, son complementados con actividades en la naturaleza como caminatas o baño en algún río, así como otras actividades culturales desarrolladas en Valledupar, Cesar. Dentro de su oferta, incluyen servicios de transporte, alimentación, guianza y entradas a los museos.

A continuación, se muestran los detalles de la información presentada por ambas agencias:



Tabla 9. Oferta comercial Aviatur (Destino Guajira).


AVIATUR

Descripción general	Agencia de viajes mayorista nacida en Bogotá, con representación internacional en La Habana, Ciudad de Panamá, París y Miami. Tiene oficina en Riohacha y Valledupar.
Planes ofertados	<ul style="list-style-type: none"> • Guajira-Recorriendo la Ruta del Cacique. • Guajira-Hotel Waya y Ruta del Cacique. • Guajira y Valledupar-Senderos de la Provincia.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	3 días
Atractivos promocionados	Guajira-San Juan del Cesar: la Ventana Marroncita, Carrizal "Tierra de Poetas", Balneario "El Totumo", Río Cesar. Cesar: Museo del acordeón, casa de la mamá de Diomedes Díaz, plaza Alfonso López, Glorieta Pedazo de Acordeón, Parque de la Leyenda Vallenata, monumento a los 3 grandes del Vallenato, Balneario Hurtado.
Actividades realizadas	Recorrido cultural por Valledupar, recorrido en mototaxi por San Juan del Cesar, caminata por sendero ecológico.
Servicios ofertados	Alojamiento, impuestos y seguros hoteleros, alimentación, bebida de bienvenida, guianza, traslado aeropuerto Valledupar-Hotel Casa Murillo- Aeropuerto Valledupar en automóvil. En las tarifas más altas incluye pasabocas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, impuestos hoteleros y tarjeta de asistencia médica.
No incluye	Tiquetes aéreos e impuestos tasas o contribuciones, alimentación no estipulada, recargo por traslados nocturnos (20:00-7:00), tarjeta de asistencia médica, registro de entrada en hoteles antes de la hora prevista 15:00 y de salida después de las 12:00, actividades o visitas en el destino no estipuladas, gastos personales y servicios adicionales.
Precio	\$606.000 - \$1'404.000 por persona.
Web y redes sociales	https://www.aviatur.com/paquetes/personalizada/valledupar

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tabla 10. Oferta comercial Colreservas (Destino Guajira).



Descripción general	Agencia de viajes con oficinas en Bogotá y Pereira. Tiene una amplia oferta de planes nacionales e internacionales, gracias a su red de portales (De turismo por Colombia, planes todo incluido, Colombia tu destino).
Planes ofertados	<ul style="list-style-type: none"> Ruta del Cacique de La Junta (Diomedes Díaz).
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	1 día, 8am – 3pm
Atractivos promocionados	Guajira-San Juan del Cesar: La Junta, Carrizal, Museo de Rosa Elvira y Carrizal. Cesar-Valledupar: Badillo- río Candela, casa de la Señora Elvira, La Peña.
Actividades realizadas	Recorridos, baño en río Candela.
Servicios ofertados	Transporte climatizado, almuerzo, entrada a los dos museos, hidratación, snacks, guía cultural, seguro.
No incluye	Gastos no estipulados.
Precio	\$241.438 - \$1'464.750
Web y redes sociales	https://reservas.colreservas.com/Extra/8/Products/0e171c2b-9aea-4a56-9011-cd84fecf520c 

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Análisis de la oferta de agencias de viajes operadoras

Se hizo un análisis de la oferta que se pudo encontrar a nivel de operación turística en la región, por parte de ocho agencias de viajes operadoras, debidamente constituidas con el fin de conocer los componentes principales de sus paquetes relacionados con la zona Sur de La Guajira, estas fueron: Provincia Tours, Paseo Vallenato, Servitour del Caribe, History Travelers, Solera Viajes y turismo, Andariegos, Walekett, e Isashii.


Estas empresas promocionan actividades de tipo cultural basadas, principalmente, en el municipio de San Juan del Cesar, con atractivos como la Ventana Marroncita, La Junta y Carrizal "tierra de poetas". Isashii y Walekett ofertan el turismo cultural y de naturaleza. Una de las características más importantes a destacar es que la agencia de viajes Walleket promociona todos los municipios que comprenden la zona Sur de La Guajira, estos son: Barrancas, Distracción, El Molino, Fonseca, La Jagua del Pilar, San Juan del Cesar, Urumita y Villanueva.

La mayoría de los paquetes son de tipo pasadía con todo incluido, con rangos de precios que van desde los \$60.000 COP a \$1.465.000 COP, dependiendo especialmente de la cantidad de personas que lo contraten, así como el número de días que se queden, de lo cual se define el pago del transporte y alojamiento requerido para hacer los recorridos. Por lo general, la oferta incluye alojamiento, transporte, alimentación, guianza y demás impuestos a los que haya lugar, dependiendo del tipo de paquete adquirido.

Algunas agencias contactadas, aun no tienen paquetes creados que involucren al Sur de La Guajira, pero están proyectando hacerlos, tal es el caso de la agencia Guajira Tours de Riohacha que proyecta para el próximo año ofrecer un paquete que combina el turismo cultural y de naturaleza. Cabe destacar que, al buscar planes turísticos relacionados con la cultura vallenata, los resultados se orientan en su mayoría hacia la ciudad de Valledupar, y no al destino Guajira, siendo este un importante referente del folclor vallenato. A continuación, se evidencia en detalle la oferta de paquetes turísticos que manejan las agencias mencionadas anteriormente:




Tabla 11. Oferta comercial Provincia (Destino Guajira).

Descripción general	Agencia de viajes en línea (OTA) con RNT en San Juan del Cesar, registrado como agencia de viajes operadora, ofrece paquetes nacionales e internacionales, dentro de los que incluye 2 planes en los que se visita la zona Sur de La Guajira.
Planes ofertados	<ul style="list-style-type: none"> • Guajira-Hotel Waya y Ruta del Cacique. • Guajira y Valledupar-Senderos de la Provincia.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	3 días
Atractivos promocionados	Guajira-San Juan del Cesar: la Ventana Marroncita, Carrizal "Tierra de Poetas", Balneario "El Totumo", Río Cesar. Cesar-Valledupar: museo del acordeón, casa de la mamá de Diomedes Díaz, plaza Alfonso López, Glorieta Pedazo de Acordeón, Parque de la Leyenda Vallenata, monumento a los 3 grandes del Vallenato, Balneario Hurtado.
Actividades realizadas	Recorrido cultural por Valledupar, recorrido en mototaxi por San Juan del Cesar, caminata por sendero ecológico.
Servicios ofertados	Alojamiento, impuestos y seguros hoteleros, alimentación, bebida de bienvenida, guía, traslado aeropuerto Valledupar-Hotel Casa Murillo-Aeropuerto Valledupar en automóvil, pasabocas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, impuestos hoteleros y tarjeta de asistencia médica.
No incluye	Tiquetes aéreos e impuestos tasas o contribuciones, alimentación no estipulada, recargo por traslados nocturnos (20:00-7:00), tarjeta de asistencia médica, registro de entrada en hoteles antes de la hora prevista 15:00 y de salida después de las 12:00, actividades o visitas en el destino no estipuladas, gastos personales y servicios adicionales.
Precio	\$1'269.000 - \$1'404.000 por persona.
Web y redes sociales	http://provinciatours.com/ 

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tabla 12. Oferta comercial Paseo Vallenato (Destino Guajira).




Descripción general	Agencia de viajes operadora de Valledupar que organiza tours con identidad conceptual de la música vallenata. Sus planes son desarrollados en Valledupar, pero incluyen una pasadía a La Guajira.
Planes ofertados	Pasadía: La Guajira contemporánea.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	9am-4pm, un día.
Atractivos promocionados	Guajira: Urumita, Villanueva, El Molino, La Junta y museo Carrizal (San Juan del Cesar). Cesar: Estribaciones serranía del Perijá, Valledupar.
Actividades realizadas	Recorridos, muestra cultural ancestral, grupo típico vallenato.
Servicios ofertados	Transporte, almuerzo típico, guianza turística.
No incluye	Gastos, consumos, servicios no especificados.
Precio	\$160.000 por persona (en grupo de 6).
Web y redes sociales	http://www.paseovallenato.com/#nosotros2 

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tabla 13. Oferta comercial Servitour del Caribe (Destino Guajira).



Descripción general	Agencia de viajes de Valledupar, creada en el 2006 para cubrir la necesidad de incentivar el turismo, aprovechando la zona y su reconocimiento como la capital mundial del Vallenato. Ofrece planes internacionales (México) y nacionales, dentro de los ofertados en Valledupar incluye el descrito a continuación con municipios de La Guajira.
Planes ofertados	Ruta del "Cacique" Diomedes Díaz.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	9am-6pm, un día.
Atractivos promocionados	Guajira-San Juan del Cesar: La Junta (La Ventana Marroncita), Carrizal-Museo del Cacique. Cesar: Patillal, Badillo, La Mina, visita a la última morada (Jardines del Ecce Homo).
Actividades realizadas	Recorridos.
Servicios ofertados	Transporte, guianza turística, hidratación, asistencia médica.
No incluye	Gastos, consumos, servicios no especificados.
Precio	\$60.000 (bus) – \$280.000 (por persona en automóvil).
Web y redes sociales	http://www.servitourdelcaribe.com/tour/ruta-del-cacique-diomedes-diaz/ 

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tabla 14. Oferta comercial History Travelers (Destino Guajira).



Descripción general	Agencia de viajes con enfoque en turismo comunitario, enfocada en el segmento de naturaleza y cultura. Ofrece planes a Cartagena, Santa Marta, Eje Cafetero, La Guajira y Valledupar. En el 2018 recibe un certificado de Excelencia de TripAdvisor.
Planes ofertados	<ul style="list-style-type: none"> • Pasadía: La Guajira contemporánea. • Ruta de la Hombrida (no la promueven en la página web pero sí al llamar directamente).
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	9am-4pm, un día; 3-4 días.
Atractivos promocionados	Guajira: Urumita, Villanueva, El Molino, La Junta (San Juan del Cesar); dulces de paila donde Las Corrales (Villanueva), tumba de Francisco El hombre (Riohacha), resguardo Provincial (Barrancas), mina del Cerrejón (Albania). Cesar: río La Mina, artesanías Kankuamas, estribaciones Serranía del Perijá, Valledupar, La Paz.
Actividades realizadas	Recorridos, muestra cultural ancestral, grupo típico vallenato; actividades con las comunidades.
Servicios ofertados	Transporte, almuerzo típico, guianza turística, hidratación, seguro de viaje, alojamiento.
No incluye	IVA, Gastos no estipulados, gastos personales, fee bancarios por consignaciones nacionales, compras y gastos personales.
Precio	375.000 por persona por día (carro privado).
Web y redes sociales	http://www.historytravelers.com/tours/pasadia-la-guajira-contemporanea/

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



Tabla 15. Oferta comercial Solera (Destino Guajira).




Descripción general	Agencia de viajes con departamento operador de turismo receptivo ubicada en Riohacha, sus planes incluyen los destinos de Riohacha, Valledupar, la península de La Guajira y Mompox.
Planes ofertados	No ofrecen en la página, pero al llamar directamente ofrecen un plan con el tema del vallenato.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	1 – 2 días.
Atractivos promocionados	Guajira-San Juan del Cesar: La Junta, museo Carrizal. Cesar-Valledupar: Patillal.
Actividades realizadas	Recorrido en bicicleta en San Juan del Cesar.
Servicios ofertados	Transporte, hospedaje, alimentación, guianza turística.
No incluye	Servicios no especificados.
Precio	\$90.000 - \$250.000 por persona (en pareja).
Web y redes sociales	http://soleratravels.com/solera/

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tabla 16. Oferta comercial Andariegos (Destino Guajira).




Descripción general	Agencia de viajes con departamento operador de turismo receptivo ubicada en Riohacha, su oferta gira en torno a las múltiples posibilidades que hay en La Guajira, dispuestos a “armar el plan a tu medida”.
Planes ofertados	Guajira mágica (Ruta vallenata).
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural.
Duración	4-5 días
Atractivos promocionados	La ruta dice que comienza en Santa Marta-Tayrona, pero en la descripción no hacen referencia a este lugar, tampoco se nombra Valledupar a pesar de que la ruta dice que termina el recorrido allí. Palomino, Camarones, Riohacha, Cabo de la vela, Punta Gallinas, Mayapo, San Juan del Cesar (La Junta-Carrizal), Albania (Cerrejón-Waya).
Actividades realizadas	Tubbing, tracking, tarde familiar wayuu, avistamiento de aves, cititour-Riohacha, deportes náuticos, parranda vallenata, baño de río, taller de pesca, taller artesanal.
Servicios ofertados	Transporte, hospedaje, alimentación, seguro, entradas a sitios turísticos, guía vallenato en San Juan.
No incluye	Gastos o traslados no especificados en el plan, propinas, tiquetes aéreos, desayuno primer día, bebidas.
Precio	No aparece en la página.
Web y redes sociales	https://andariegosagencia.com/producto/guajira-magica-via-vallenata-ruta-1-santa-marta-tayrona-palomino-camarones-ruta-vallenata-valledupar/ 

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tabla 17. Oferta comercial Walekett (Destino Guajira).





Descripción general	Agencia de viajes operadora con sede en Riohacha, cuya misión es promover la actividad de las artesanías wayuu y el turismo responsable para mejorar la calidad de vida de las comunidades indígenas. En este sentido ofrecen planes a la Alta, Media y Baja Guajira, en un trabajo realizado de la mano con 6 comunidades.
Planes ofertados	<ul style="list-style-type: none"> • Pasadía en Fonseca Distracción. • Ruta Vallenata. • Pasadía al Cerrejón.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural y de naturaleza.
Duración	1 día en el otro no especifica.
Atractivos promocionados	Guajira: Balneario del Silencio (Distracción), Albania, Papayal (Barrancas), Fonseca, Villanueva, Carrizal y La Junta (San Juan del Cesar), El Molino, Urumita, La Jagua del Pilar.
Actividades realizadas	Pasadía.
Servicios ofertados	Traslados descritos (no describen), alimentación, hidratación, seguros, vehículo y conductor. (Incluyen hospedaje, actividad de mar y visita a la comunidad, pero parece que es error de digitación por lo que esto es solo pasadía y río).
No incluye	Iva, gastos no estipulados, gastos personales, <i>fee</i> bancarios.
Precio	Por persona: \$400.000-\$500.000 1 <i>pax</i> , \$300.000-\$400.000 2 <i>pax</i> , \$200.000 3 o más <i>pax</i> .
Web y redes sociales	http://www.walekett.com/blog/pasadia-en-fonseca/ 

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



Tabla 18. Oferta comercial Isashii (Destino Guajira).



Descripción general	Agencia de viajes de Riohacha que organiza planes en todo el departamento. Hace énfasis en la importancia de hablar y reconocer a la cultura Wayúu como parte fundamental de la historia de La Guajira. Es una agencia nueva, creada en agosto de 2018.
Planes ofertados	No tiene página web, pero en su página de Facebook ofrece tarde vallenata. Portafolio de servicios (enviado al correo): Pasadía El Silencio.
Tipo de turismo ofertado	Turismo cultural y de naturaleza.
Duración	1 día.
Atractivos promocionados	Río el Silencio-Distracción.
Actividades realizadas	No especifica
Servicios ofertados	Traslado Riohacha-Distracción-Riohacha, almuerzo, guía.
No incluye	No especifica
Precio	Por persona: \$182.000 (1 pax), \$120.000 (2 pax), \$108.000 (3 pax), \$102.000 (4 pax), \$70.000 (5 o 6 pax).
Web y redes sociales	https://www.facebook.com/isashiitours/  

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



2.2.4. Características de la promoción del destino

Para conocer la imagen que se da a conocer del destino en diferentes medios de promoción se realizó la búsqueda de información sobre el Sur de La Guajira en distintas guías de viaje nacionales e internacionales ya que estas son medios de búsqueda de los turistas para consultar antes de su viaje y a partir de la información encontrada toman decisiones al respecto. De igual forma, se hizo una revisión sobre la promoción del destino en los diferentes sitios web institucionales.

Guías de viaje

Estas guías son utilizadas por los turistas para conocer sobre los destinos, antes y durante su viaje. De ahí la importancia para la región como otro medio de promoción, de acuerdo con el mercado al cual se dirija la oferta.

A nivel internacional Lonely Planet y Petit Futé son guías reconocidas que contienen recomendaciones e información procedente de autores especializados en viajes, además de una amplia gama de servicios que ayudan en la organización de los itinerarios o al momento de motivar e inspirar para tomar una decisión sobre el destino ideal. En estas guías se ofrece La Guajira a través de sus atractivos en Palomino, Riohacha, PNN Macuira y la Alta Guajira (Cabo de la Vela y Punta Gallinas), sin embargo, no hay ninguna información relacionada con la Baja Guajira.



A nivel nacional, se tuvieron en cuenta Colombia.travel, la Guía de Rutas por Colombia y la última edición de la Guía Turística de Colombia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015).



Por un lado, Colombia.travel con la posibilidad de leerla en línea, en 9 idiomas diferentes, es la guía oficial del país. Aquí se presentan datos generales sobre Colombia, lugares específicos a donde ir con sus respectivos atractivos, ferias y fiestas, información práctica para planear el viaje, así como la posibilidad de buscar opciones desde el tipo de turismo que el viajero está interesado en realizar o los destinos a los cuales puede viajar. Del Sur de La Guajira únicamente nombra a Villanueva por el Festival Cuna de Acordeones.

Con respecto a la Guía de Rutas por Colombia, se pueden encontrar recorridos terrestres con detalles para viajar a diferentes regiones del país, junto con información clave para la planeación previa al viaje. Además, tiene una sección sobre destinos, planes y eventos en todo el país. Una de las rutas se dirige a Riohacha desde Bogotá y pasa por los municipios del Sur de La Guajira. Por su parte, del único destino sobre el cual se dan detalles es de Villanueva con la información general.



En cuanto a la Guía Turística del MinCIT (2015), se destacan, el Festival de las Flores y la Calaguala en Urumita, el Festival Cuna de Acordeones en Villanueva y el Festival y Reinado Nacional del Carbón en Barrancas. Es importante aclarar que el Festival de Urumita no tuvo versión este año 2018 por falta de recursos y que no se sabe cuándo volverá a desarrollarse. El MinCIT, como parte de su campaña, “es el momento de Colombia...” también creó una página web (recorrecolombia.com) donde proponen una serie de rutas temáticas por todo el país dentro de las que se encuentra la Ruta Aires Vallenatos que incluye la zona sur del departamento y la Ruta de los Patrimonios Mundiales en la que se incluye el Vallenato como música tradicional de la región del Magdalena Grande. Es a esta apuesta, a la que hay que pegarse, toda vez que está articulada con la propuesta del producto de turismo alrededor del folclor vallenato para el Sur de La Guajira.



Sitios web institucionales

Las páginas oficiales de cada uno de los ocho municipios, dentro de su sección “Turismo” ponen a disposición del internauta atractivos, festivales, establecimientos de servicios en la zona y fotografías. San Juan del Cesar es el que tiene información más completa comparada con los demás municipios, haciendo referencia a: el Manantial Cañaverales, la Piedra de la escalera, la Iglesia Ermita del Rosario, el Pozo de la estrella e información básica como dirección, instrucciones para llegar al destino y recomendaciones. Urumita ofrece una breve descripción sobre el Parque Natural Regional Cerro Pintao, la Iglesia Santa Cruz de Urumita, y un establecimiento de eventos “Casa de eventos Campo Florecido”. Villanueva, por su parte, únicamente promueve el Festival Cuna de Acordeones.

El municipio de Distracción, aunque cuenta con una sección de turismo en su página institucional, solo se remite a brindar una breve descripción general del municipio. Por otra parte, La Jagua, El Molino y Barrancas cuentan con un espacio de turismo en sus páginas institucionales, sin entradas, ni información turística alguna. Finalmente, el municipio de Fonseca no cuenta con la sección de Turismo en su página institucional.

2.2.5. Análisis de la vocación turística del territorio

Vallenato

Tal como lo indica el investigador Tomás Darío Gutiérrez, el hombre vallenato es, sin duda alguna, el máximo producto de la región antiguamente denominada como el Valle de Upar, territorio poblado principalmente por indígenas Chimilas, liderados por el Cacique Upar. Este territorio no es el antiguo Magdalena Grande, ni tampoco es lo que hoy se ha definido como los departamentos de El Cesar, La Guajira y Magdalena juntos. Es, en realidad, todo el valle ubicado entre la Sierra Nevada, la cordillera de los Andes, el río Magdalena y el sur de la península de La Guajira. A esta región del Valle de Upar, se le ha denominado, con el pasar del tiempo, Valledupar y a la gente nacida allí, se le solía denominar, vallenatos.

Este territorio del Valle de Upar estuvo, por años (hasta inicios del siglo XX), aislado de las dinámicas económicas y sociales que se dieron en otras partes del país por la ardua capacidad de defensa de las comunidades indígenas, la falta de conectividad, infraestructura, entre otros, haciéndolo de difícil acceso e incluso, impenetrable por momentos, permitiendo que las comunidades indígenas mantuvieran sus tradiciones, organización política, social, cultural y, en su momento, sirviendo como refugio para comunidades africanas que escapaban de la esclavitud y que formaban “palenques” para huir de la violencia y dominación de la colonia española, de la cual se heredó la tradición ganadera.

Los nativos del Valle de Upar tenían una tradición musical muy importante antes de la llegada de los españoles al territorio; contaban con instrumentos como el tambor, la guacharaca y la flauta. Las comunidades palenqueras, a su vez, encontraron en el tambor de los nativos, el material ideal para fabricar su instrumento de percusión, la caja. Desde entonces, se puede hablar de puyas, sones y merengues. Aún sin acordeón, fue en esta amplia región que surgió lo que hoy conocemos como vallenato y que se gestó por cerca de tres siglos, para terminar de consolidarse como género musical, con la llegada del acordeón europeo. Esta trilogía que se logra con la mezcla de tres razas: la nativa indígena con sus ritmos y danzas, la africana con la percusión y sus cantos y la europea con sus poesías, así como de la mezcla de sus instrumentos, guacharaca, caja y acordeón respectivamente, resultaron en el vallenato y que ha sido declarado, desde el año 2015, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

Entre los indígenas que habitaban la región del Valle de Upar a la llegada de los colonos del Viejo Continente, había de las tres familias lingüísticas registradas, tales como los Chibchas, Caribes y Arawaks, cada uno con su riqueza cultural y seguramente con una fusión musical generada en el territorio, fruto de las dinámicas prehispánicas en el territorio. La flauta, las maracas, el tambor por el lado de los Arhuakos, así como sus danzas, se combinaban con lo que resultó en la gaita de los Chimbilas. De hecho, hoy se preservan muchas más tradiciones musicales indígenas que las propias de la conquista, lo que valida la importancia y prevalencia histórica de las tradiciones nativas.

Al llegar las comunidades africanas a Colombia, fue muy claro para los aborígenes que eran otras víctimas de los españoles y su comportamiento no fue hostil hacia ellos. Es así como los cimarrones se fueron agrupando en el territorio bajo la aceptación de las familias indígenas, lo que facilitó su mezcla y fusión cultural. De África trajeron los ritmos de percusión, pero no eran hábiles con los demás instrumentos. También trajeron el canto donde se podían apreciar solistas acompañados de coros, algo desconocido para los nativos y que fue incorporándose, poco a poco, en la música del Valle.

La situación para los españoles no fue nada fácil en este territorio, nunca vivieron en paz debido a la constante resistencia de los indígenas, por lo que no pudieron desarrollar su cultura a profundidad en la época colonial, ni pudieron mostrar y desarrollar sus dotes artísticos. Si bien no era propio de los españoles el acordeón, sí fue un instrumento de viento que caló como acompañante de otros más importantes, como puede ser el caso del órgano. Su música era más pausada, llena de versos, como muy bien lo cuenta Daniel Samper Pizano donde hace el símil de la juglaría francesa y los cantos vallenatos. La poesía hecha música, fue otra de las herencias que llegaron al Valle y se quedaron para siempre, al igual que la alegría de los andaluces.

Cuenta Consuelo Araujo Noguera que en las llamadas "Colitas", la gente adinerada que acompañaba sus festividades con música de vals buscaba, a altas horas de la noche y con la influencia del alcohol, continuar las fiestas y buscaban a los indígenas y negros, ya integrados, por su música alegre. En este proceso, el acordeón fue protagonista, pero porque fue adoptado por los mismos indígenas para sustituir sus instrumentos de viento y así, con el tiempo, la trifonía que generaron la guacharaca, la caja y el acordeón, se fueron convirtiendo en el vallenato, fruto de la mezcla de razas entre tres continentes y que, a través de la música, se unieron para alegrar la vida propia y de extraños.



Es importante resaltar la región del Sur de La Guajira y el actual departamento del Cesar, como la escuela del Vallenato – Vallenato, la corriente más pura y auténtica de la música vallenata y que se mantiene vigente y vigorosa gracias a las múltiples escuelas y festivales, así como a las dinastías que no permiten que se acabe el fervor musical. Este territorio es tierra de compositores, cantantes, hábiles acordeoneros y desde pequeños, están creciendo entre caja, guacharaca y acordeón, para hacer de este género musical, parte de su sangre y, por ende, de sus vidas. Toda la población vibra con el vallenato, lo siente, lo acoge y lo valora. Esta es la esencia cultural de la región y el articulador, y es por esto que el principal producto regional es el hombre vallenato.

El turismo se empieza a vislumbrar como una alternativa económica partiendo de las tradiciones culturales y de la evolución social del territorio. Es por esto que la vocación territorial gira alrededor del folclor vallenato como exponente, como ícono, como producto de exportación para el resto del país pensando en un mercado doméstico y, para el mundo entero, pensando en la captación de turistas internacionales. Hoy en día, la música y el folclor son un gran atractivo turístico y este fenómeno, no pasará en vano por esta región, la región del Valle de Upar, más puntualmente, en el Sur de La Guajira.

Naturaleza

La región del Valle de Upar es un tesoro a nivel de naturaleza, teniendo como principal referente, la Sierra Nevada de Santa Marta, como Reserva de la Biosfera y Patrimonio de la Humanidad, declaratorias otorgadas por la UNESCO en el año de 1979. Gracias a la Sierra y todo lo que a nivel hídrico se genera desde allí, así como a nivel de ecosistemas, teniendo además en cuenta la Serranía del Perijá, otra de las zonas estratégicas abundantes en naturaleza y biodiversidad.

A nivel musical, la herencia indígena que se tiene de la región siempre estuvo relacionada con la naturaleza, desde la imitación de los cantos de los pájaros y el agua, hasta los cantos y tributos a la tierra. En la narrativa vallenata también existe el canto a la naturaleza, incluso, antes de la llegada misma del acordeón y de la consolidación del género musical, al ser parte de la cotidianidad y del culto de los pueblos.

La naturaleza ha sido parte integral de la narrativa vallenata, con íconos como Rafael Escalona, Leandro Díaz, incluso, de artistas como Diomedes Díaz o en la actualidad Silvestre Dangond. Es decir que la naturaleza es parte del folclor vallenato, hace parte de la unidad y de la tradición. Gabriel García Márquez hablaba con admiración y algo de asombro cuando se refería a las narraciones detalladas de Leandro Díaz quien, a pesar de su ceguera, le parecía que describía la naturaleza de manera perfecta, aún sin poderla contemplar.

En Colombia, se han definido dos productos con alto potencial, el turismo cultural y el de naturaleza, por lo que los atractivos naturales del Sur de La Guajira, articulados al vallenato, pueden tomar forma de subproducto turístico para el territorio.

Café

Café en La Guajira, es algo cotidiano para sus habitantes, pero tan desconocido para los foráneos. Colombia es un país tradicionalmente cafetero, reconocido a nivel mundial por la calidad del grano, y se ha hecho un énfasis muy fuerte en la región antioqueña y en el llamado Triángulo del Café, o Eje Cafetero, que comprende Quindío, Risaralda y Caldas. Sin embargo, quien tendría que ser protagonista en este sentido es toda la región del Valle de Upar, toda vez que de la Sierra Nevada de Santa Marta y de la Serranía del Perijá, salía el mejor café desde hace cerca de 150 años, por lo que esta zona es la Cuna del Café en Colombia.

Es así como en la zona puntual del Perijá se han organizado asociaciones campesinas, principalmente, mujeres cafeteras que han ido organizándose como alternativa al conflicto armado que se vivió en la región, y dada la inestabilidad económica del territorio, tomaron las riendas del café como alternativa de desarrollo rural. Sin dejar a un lado el vallenato que, como se ha dicho, es el principal producto de la región, las mujeres cafeteras buscan en el turismo una alternativa complementaria al desarrollo cafetero.

2.2.6. Análisis de las inversiones públicas y privadas

Sin inversión, no se puede esperar retorno. Esta es una premisa de la administración. De aquí, sale el concepto de retorno sobre la inversión, que implica que, por un determinado monto de inversión, se espera una rentabilidad después de impuestos, intereses y costos operacionales. En este sentido, no se puede esperar que un destino turístico se desarrolle, crezca y genere utilidades para los actores involucrados, si no hay inversiones.

Las entidades territoriales aún no visualizan los réditos del sector turístico, quizás, porque su retorno tarda más que con otros sectores de la economía. O bien, porque sencillamente no lo comprenden en su totalidad y no es tan claro como con el ganado, o con un cultivo. El turismo tiene una cantidad de factores que lo benefician y lo afectan, lo que hace mucho más difícil su análisis que con otros sectores económicos. En este sentido, es poco lo que se puede analizar a nivel de inversión pública en turismo en el territorio.

Prácticamente, en los municipios de Barrancas, Fonseca y Distracción, la inversión pública dirigida específicamente al desarrollo turístico ha sido nula. No es diferente el caso de San Juan del Cesar. Quizás el Molino va más allá, al invertir recursos para la formulación del Plan de Desarrollo Turístico. O bien, Urumita, que se convirtió en el primer municipio con delegado de turismo como parte del equipo de trabajo de la alcaldía municipal. De resto, es poco lo que se ha trabajado en turismo, desde las alcaldías de Villanueva o La Jagua del Pilar.

Lo que ha sucedido es que se ha pensado que cualquier inversión impacta positivamente en la atracción de turistas, pero lo que no se ha comprendido, es la necesidad de hacer esfuerzos focalizados con recursos que realmente contribuyan al mejoramiento de la competitividad turística del destino, sea desde la adecuación de infraestructura, la asistencia técnica, la adecuación / adaptación de atractivos turísticos, labores de *marketing*, etc.

Por otro lado, la Gobernación de La Guajira ha planteado el presente proyecto, pero su mandato tendría que buscar la implementación del mismo, desde diferentes puntos de vista, acompañando al territorio para que, efectivamente, alcancen las metas vinculadas a los retos crecientes que han modificado las rutinas y percepción estandarizada de las dinámicas económicas en el territorio.

Es así como la inversión privada gana protagonismo en este proceso. En este caso se puede ver cómo un municipio como San Juan del Cesar se ha convertido en la ciudad dormitorio del Sur de La Guajira, al sumar importantes inversiones tales como el Hotel Arisuan, el Hotel Murillo, entre otros. De esta manera, se marca un hito y se establece un antes y un después de lo que ha sido, y será, el futuro del turismo en el país. De la misma manera, es sencillo ver otros emprendimientos salir adelante, apalancados siempre de la cultura y el folclor vallenato, un sello icónico de orgullo en la región.

Aún sin tanta visibilidad, pero sí con mucho esfuerzo y dedicación, el municipio de Urumita se proyecta, también como un destino de alto potencial en la región y, por qué no, en Colombia, gracias a los esfuerzos de las mujeres cafeteras y a personas y familias de gran trascendencia en la región. Más allá de esto, la lucha es complicada y la escasez de recursos una gran limitante, pero ejemplos hay varios para empezar a trabajar con esmero, acontecimiento y alegría, para que el turismo se convierta en un renglón verdaderamente importante para la economía local.

2.2.7. Competencia

De acuerdo con los puntos analizados anteriormente, tales como: la vocación turística del territorio, el perfil de la demanda actual y potencial, los atractivos turísticos, prestadores de servicios y vocación turística; se definieron 4 destinos clave que pueden convertirse en potenciales competidores: Riohacha conectado con la Alta Guajira, Valledupar, Santa Marta y Cali.

Diversos modelos de competitividad como los propuestos por Ritchie y Crouch (2000), Dwyer y Kim (2003), el World Travel and Tourism Council-WTTC (2001) o Hong (2009), plantean evaluar aspectos relacionados con el micro y el macroentorno de un destino, sus recursos, sus relaciones políticas o condicionantes que puedan darle una ventaja y un factor diferenciador frente a las demás opciones en el mercado.

Con esto presente, para la definición de los factores clave que permitieran el análisis de la competencia de la zona sur del departamento de La Guajira se tuvo en cuenta la disponibilidad de información confiable de los cuatro destinos competidores, de fuentes oficiales, y el análisis de los anteriores puntos relacionados con el contexto, la demanda, la oferta y la vocación turística de la región. En este sentido, a continuación, se describen estos factores:

1. Tipología de turismo: enfoque en los planes de desarrollo o planes de turismo de los municipios o departamentos.
2. Canales de promoción: presencia en guías internacionales (*Petit Futé* o *Lonely Planet*), y plataformas oficiales nacionales (Marca país, Colombia.travel, rutas impulsadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, recorrecolombia.com).
3. Formalidad: prestadores con RNT activo (establecimientos de alojamiento, gastronomía y agencias de viaje).
4. Sostenibilidad: prestadores con certificación en Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible (002, 003, 004).
5. Accesibilidad: distancia al aeropuerto más cercano.
6. Naturaleza y cultura: teniendo en cuenta que los atractivos de la zona Sur de La Guajira están relacionados con la cultura y la naturaleza y que la vocación turística está ligada al componente del vallenato, se evaluaron: las áreas protegidas (registradas en el RUNAP-Registro Único Nacional de Áreas Protegidas); las aves endémicas o de interés (según el registro actualizado del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos "Alexander von Humboldt", 2013); los festivales musicales y los de vallenato exclusivamente.



Tabla 19. Criterios de evaluación de la competencia del destino.

Destino	Tipología	Naturaleza		Cultura (fest)		Promoción			RNT		NTS-TS	Aerop.	
		Ende mis mo	Áreas protegidas	Musi cal	Valle nato	Inter nac.	Nac.	Rutas	Aloj am.	Gastro.			Agencias de viaje
Sur de La Guajira	Turismo naturaleza y cultural	10	6	9	6	No	Si	2	9	1	3	0	40 minutos
Riohacha-Alta Guajira	Turismo cultural-étnico	12	7	2	1	Si	Si	3	158	11	46	8	Propio
Valledupar	Turismo musical y eventos culturales	10	1	1	3	Si	Si	2	95	5	22	1	Propio
Santa Marta	Ecoturismo	46	11	4	3	Si	Si	1	1.696	43	269	20	Propio
Cali	Turismo cultural	10	8	3	0	Si	Si	3	320	65	396	21	Propio

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Tipología de turismo:

El turismo cultural es priorizado en Cali, Riohacha y Valledupar, cada uno con enfoques distintos, relacionados con la música, los eventos o las comunidades indígenas. Por su parte, Santa Marta se enfoca en estrategias de desarrollo ecoturístico. Con respecto a La Guajira, en el plan de desarrollo turístico departamental sobresale la Alta Guajira por su posicionamiento como destino étnico-cultural y sus playas, dejando a la Baja Guajira como complemento por el turismo de naturaleza, el cual es reforzado en los diferentes planes de desarrollo municipal en los que resaltan, a su vez, Cerro Pintao, la Serranía del Perijá, el agro y ecoturismo. Los únicos municipios que nombran otros enfoques son Villanueva con el vallenato y Barrancas con etnoturismo.

Canales de promoción:

Todos los destinos menos la zona Sur de La Guajira aparecen en guías internacionales, caracterizados por temáticas claras e identitarias como la salsa en Cali, el Vallenato en Valledupar, la Sierra Nevada y el Tayrona en Santa Marta, la oferta cultural de los Wayúu y las playas en la Alta Guajira. A nivel nacional, en la página de Marca País, además de resaltar los mismos aspectos que en las guías internacionales, de Cali se habla sobre el deporte, y de Santa Marta y Riohacha se nombra su historia. Silvestre Dangond es resaltado por ser el primer intérprete vallenato en ocupar la primera posición en *itunes* en Estados Unidos en la categoría de música latina, y a pesar de que solo nombran a Urumita como su lugar de nacimiento, en el mes de octubre de este año lanzó el video de la canción "Si yo supiera", grabado en este municipio y en el que agradece a su pueblo natal por ser también base estructural de su vida.

En las rutas lanzadas por el MinCIT y que aparecen en la página recorrecolombia.com, el Sur de La Guajira al igual que Valledupar hacen parte de la “Ruta Aires Vallenatos” que incluye a los municipios de Valledupar, San Juan del Cesar, Aracataca, Dibulla, Ciénaga y Riohacha, y de la “Ruta de Patrimonios Mundiales” por el vallenato. En esta última, también aparece Cali por la marimba, que es un instrumento protagonista en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez. La Alta Guajira, es nombrada en la “Ruta del universo Wayúu” y Santa Marta en la “Ruta del Caribe”.

En términos generales, la comercialización de Valledupar se hace en torno al vallenato, como cuna de este género, pero la zona Sur de La Guajira no es nombrada a pesar de hacer parte importante en la historia del vallenato, por los compositores, acordeoneros, cantantes y grupos que se han formado allí.

Formalidad:

Santa Marta sobresale por la cantidad de prestadores activos en el RNT, no obstante, de los cinco destinos Cali es el que más agencias de viaje activas tiene en el RNT. Aun así, la zona Sur de La Guajira, a pesar de no tener tantos prestadores formalizados, tiene una planta turística más que suficiente para la demanda actual, de buena calidad en el municipio de San Juan y adecuada para responder a un aumento en la llegada de turistas a la zona.

Sostenibilidad:

La sostenibilidad hoy en día es un componente clave para los turistas al momento de elegir un destino, especialmente para aquellos turistas responsables, que cuidan los lugares a los que llegan, importantes para potenciar componentes históricos, patrimoniales o de naturaleza dentro de la oferta turística. En coherencia con la formalidad, Cali y Santa Marta son los que mayor cantidad de prestadores tienen con certificación en la normatividad en turismo sostenible correspondiente para cada prestador. Mientras que de La Guajira y Valledupar apenas son 9 prestadores certificados.

Accesibilidad:

Riohacha, Santa Marta, Valledupar y Cali tienen aeropuerto propio. No obstante, a pesar de que ningún municipio de la zona Sur de La Guajira tenga acceso por vía aérea, el municipio de San Juan del Cesar está a 1 hora del aeropuerto de Valledupar, y La Jagua del Pilar a 40 minutos, ambos por vías de orden nacional.

Naturaleza y cultura:

Santa Marta tiene 4 veces más la cantidad de aves endémicas que los demás destinos por la presencia de la Sierra Nevada de Santa Marta en su territorio. En este destino hay 11 áreas protegidas, y en cantidad es seguido por Cali (8), la Alta Guajira (7) y el Sur de La Guajira (6). Valledupar solo tiene 1 área protegida.

Con respecto a los festivales propios y vigentes, el Sur de La Guajira sobresale significativamente por la cantidad que realiza en el transcurso de todo el año, teniendo 9 festivales musicales y 6 relacionados con el vallenato. El siguiente destino representativo por la cantidad es Santa Marta con 4 y 3 respectivamente. Cali tiene 3 festivales, pero son reconocidos y reafirman su identidad salsera. Por su parte, Riohacha tiene el Festival de Francisco el Hombre y Valledupar el Festival de la Leyenda Vallenata, ambos reconocidos en el vallenato.

Frente a esto, el Sur de La Guajira entra a competir con atractivos de naturaleza que pueden sumarle valor con los componentes de aves endémicas y el cuidado de los ecosistemas por las áreas protegidas. Y, a nivel cultural, los festivales que realiza siempre incluyen la música vallenata como parte de la celebración, lo cual, además de aspectos como los artistas nacidos y formados en la región y el reconocimiento que le han dado en sus canciones, le da mayor fuerza e impulso para potencializar la cultura vallenata como atractivo. De hecho, el Sur de La Guajira debe aprender a capitalizar y rentabilizar los festivales de Valledupar y Riohacha, para mostrar su oferta turística e invitar a los turistas, a conocer la fábrica de la música vallenata, donde están la mayoría de artistas y personajes del folclor.

La evaluación de los seis factores permite resaltar el componente cultural-vallenato de la zona Sur de La Guajira, sobresaliente en los canales de distribución, en sus festivales y en sus atractivos y componente diferenciador de la Alta Guajira. En este sentido Valledupar, visto como aliado, es clave por su ubicación, punto más cercano de llegada por vía aérea y terrestre; reconocido por el vallenato y parte de la Provincia que le da vida a este género y su cultura. Juntos, se fortalecen como competidores de la oferta de Santa Marta que a pesar de tener festivales relacionados con el vallenato se enfoca en sus atractivos históricos y de naturaleza.

La ventaja del componente de naturaleza de la región es que le da un factor diferenciador como competencia de un destino musical como Cali. Frente a este destino se suma el valor que tiene el vallenato como patrimonio de la humanidad, ofrecido en las rutas creadas por el MinCIT, y la posibilidad de ofrecerlo en festivales durante todo el año, con una historia viva contada por artistas locales.

Finalmente, la planta turística actual permite aumentar el desarrollo turístico, aun cuando es importante focalizar esfuerzos en la formalidad y calidad con componentes de sostenibilidad.

2.3. Análisis del contexto general

2.3.1. Contexto ambiental y territorial

El clima de La Guajira varía según la zona debido a las diferencias geográficas que se dan en el territorio. Por ejemplo, la zona norte es árida y presenta un clima seco tropical, por lo cual sus temperaturas son altas, mientras que la zona sur se caracteriza por un clima que va desde el ecosistema de bosque tropical hasta los nevados (ver Tabla 20). Es por ello que, por estar ubicado en la Zona de Confluencia Intertropical, sus temperaturas promedio suelen estar entre los 22°C y los 30°C, aunque pueden darse temperaturas más altas y más bajas que este rango. Las temporadas de lluvia son de abril hasta junio y desde finales de septiembre hasta mediados de diciembre, siendo este departamento el que presenta uno de los regímenes de lluvia más bajos del país. Los ecosistemas comprendidos entre los municipios de la Baja Guajira son:

Tabla 20. Ecosistemas al Sur de La Guajira.

Ecosistema	Municipio
Bosque Seco Tropical	Sector importante: Barrancas y Fonseca. Sector de menor extensión: Distracción, San Juan del Cesar, El Molino, Villanueva, Urumita y La Jagua del Pilar.
Bosque Húmedo Tropical	San Juan del Cesar.
Bosque Húmedo Premontano	San Juan del Cesar y Distracción.
Bosque Muy Húmedo Premontano	Riohacha y San Juan del Cesar.
Bosque Húmedo Montano Bajo	La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino y San Juan del Cesar.
Bosque Muy Húmedo Montano Bajo	Norte del municipio de San Juan del Cesar.

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información del Plan de Acción Institucional Corpoguajira 2016 – 2019, 2018.

Uno de los ríos más importantes de la red hídrica del departamento es el Ranchería que inicia en la Sierra Nevada de Santa Marta y desemboca en el mar Caribe, cerca de Riohacha. Los municipios que se encuentran en la cuenca de este río son: San Juan del Cesar, Distracción, Fonseca, Barrancas, Hatonuevo, Albania, Maicao, Riohacha y Manaure. En la Sierra Nevada también nace el río Cesar que, al igual que el Ranchería, impacta en los municipios de la Baja Guajira (San Juan del Cesar, El Molino, Villanueva, Urumita y La Jagua del Pilar). Entre otros cuerpos de agua a los que se hace referencia en los municipios están: río Marquesote (La Jagua del Pilar y Urumita), río Pereira (La Jagua del Pilar), subcuenca del río Villanueva (Villanueva), subcuenca del río Quiebrapalo (Villanueva), Arroyo la Quebrada (Fonseca), subcuenca río Los Quemaos (Villanueva) y río Mocho (Urumita). Para abastecer a la comunidad existen pozos acuíferos y lagunas.

No obstante, a pesar de ser una subregión con corrientes fluviales de importancia, en cada municipio existen problemáticas con el recurso hídrico identificadas en el Plan de Acción de Corpoguajira, algunas de ellas son: la escasez de agua, el desabastecimiento de agua potable en algunas zonas, el deterioro de las fuentes hídricas por contaminación, la tala indiscriminada de árboles en las zonas donde se encuentran cuerpos de agua, la ineficiencia de la administración del recurso, entre otras que buscan ser mitigadas a través de acciones y estrategias establecidas por las autoridades competentes a nivel municipal y departamental.

Entre los ecosistemas con declaraciones oficiales por la necesidad de un manejo especial de la subregión de la Baja Guajira se encuentran: el Distrito de Manejo Integrado Bañaderos – Cuenca Alta del Río Camarones (Acuerdo 012 de 2013) en jurisdicción de los municipios de Riohacha, Hatonuevo, Barrancas y Distracción; la Reserva Forestal Protectora Manantial de Cañaverales (Acuerdo 014 de 2012) con jurisdicción en San Juan del Cesar y Fonseca; el Parque Nacional Natural Serranía del Perijá (Acuerdo 021 de 2016) que colinda con el municipio de La Jagua del Pilar y el Parque Natural Regional Cerro Pintao (Acuerdo 32 de 2016) en los municipios de La Jagua, Urumita, Villanueva y El Molino. En la Tabla 21 se puede observar el porcentaje de cada territorio municipal categorizado como ecosistema estratégico en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP):

Tabla 21. Porcentaje municipal perteneciente al SINAP.

Municipio	Porcentaje de área del SINAP
La Jagua del Pilar	6,99%
Urumita	20,99%
Villanueva	3,92%
El Molino	7,35%
San Juan del Cesar	21,17%
Distracción	15,70%
Fonseca	17,87%
Barrancas	19,49%

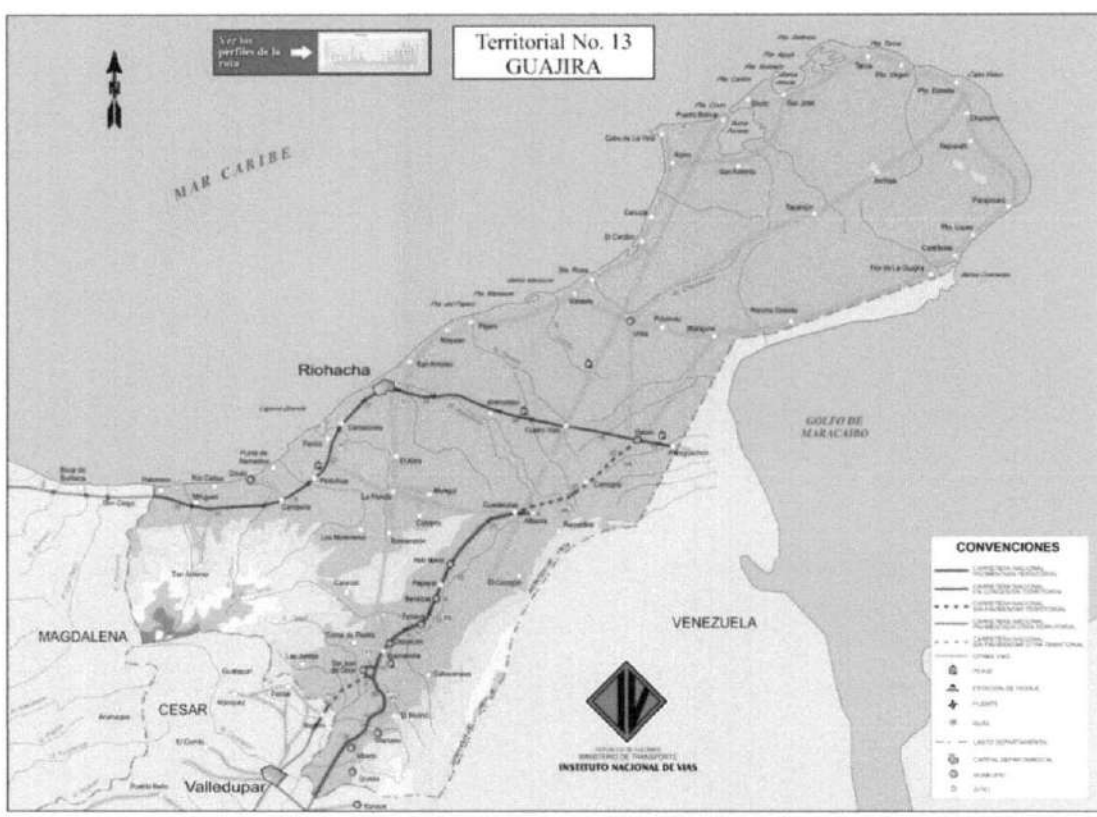
Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018.

Los posibles impactos ambientales relacionados con la actividad turística están asociados con el uso excesivo de los recursos naturales, llevándolos a un posible nivel de saturación si se hace un turismo más de balneario, y no se diseñan experiencias con valor agregado donde la naturaleza sea parte integral, más no el único motivo de la misma. De hecho, hay identificados una serie de balnearios que, a simple vista cuando fueron visitados por miembros del equipo técnico, se identificó que su dinámica es muy local y que, con el solo uso de la comunidad local de los atractivos, prácticamente que es inviable pensar en un desarrollo turístico allí. Es importante comprender que el turismo no debe desplazar a las comunidades locales ni tampoco quitarles espacios de recreación que son, por tradición, propios. Lo que se busca, más bien, es identificar lugares poco explorados que puedan recibir la nueva población de turistas sin generar impactos nocivos sobre los ecosistemas.

Desde este punto de vista, serán importantes una serie de elementos a tener en cuenta, tales como los reglamentos para el uso de zonas naturales, los estudios de capacidad de carga y uso público, así como su implementación. En esta misma línea, se debe tener cuidado con los permisos de vertimientos para que no se genere contaminación excesiva de las fuentes hídricas con la llegada de turistas. Asimismo, los prestadores de servicios turísticos que estén cercanos a zonas hídricas y aquellos que sean parte de zonas ricas en naturaleza, tendrán que generar planes integrales de gestión de residuos sólidos y peligrosos, asociados estos a la dinámica creciente del turismo.

Conectividad territorial

Ilustración 27. Sistema vial de La Guajira.



Fuente: Instituto Nacional de Vías y Ministerio de Transporte a través de Gifex.

Para conocer la conectividad del departamento y especialmente las características de la conectividad de la Baja Guajira, se darán a conocer las vías terrestres que comunican estos municipios y los medios aéreos que posibilitan la llegada a estos.

Según el Plan de Desarrollo de La Guajira 2016-2019 la red vial del departamento contempla 3.053 Km de carretera de los cuales 302 km son parte de la red primaria (ver Ilustración 26). La Guajira cuenta con la Transversal del Caribe que comunica a Riohacha con otros departamentos (Magdalena, Atlántico y Bolívar). Otras de las redes principales del departamento comunican a diferentes municipios, entre ellos los de la Baja Guajira.

La Troncal del Carbón (vía de primer orden pavimentada) va desde Valledupar hasta La Paz (Cesar) y desde ahí pasa por La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar, hasta llegar a Distracción. Luego, ésta troncal continúa el recorrido desde Distracción comienza la ruta 8801 o también llamada la Transversal El Carmen (vía de primer orden pavimentada) que comunica Distracción con Fonseca, Barrancas, Hatonuevo y el corregimiento de Cuestecita (Albania). Esta Transversal también cuenta con un tramo (paralelo a la Troncal del Carbón) desde Valledupar.

Como se explicó anteriormente, el punto ideal de entrada al Sur de La Guajira es el aeropuerto de Valledupar, desde donde se puede tomar algún medio de transporte terrestre desde su Terminal de Transportes, ubicado en la carrera 7ma con calle 44. Los precios de los recorridos desde la ciudad hasta algunos de los municipios del Sur de La Guajira son: hasta San Juan del Cesar y Villanueva, \$10.000 COP, hasta Fonseca, \$15.000 COP y hasta La Jagua del Pilar, \$20.000 COP. Se debe tener en cuenta que por el horario (ver tabla 22) de las empresas de transporte formal (hasta las 6:00 p.m.) las personas que llegan en el último vuelo hasta Valledupar deben hacer uso de transporte informal para llegar hasta alguno de estos municipios, sin embargo, los precios de estos recorridos pueden llegar a tener un precio entre los \$50.000 COP y \$70.000 COP por persona. Como última opción de llegada en horas en las que no operan las empresas formales es transportarse en taxi el cual tiene un precio entre \$80.000 y \$100.000 COP.

Existe también la opción de llegar desde Bogotá, por Riohacha y desde allí, dirigirse hacia Valledupar con la empresa Copetran, recorrido que dura aproximadamente 4 horas y cuesta \$30.000 COP. Los horarios de salida estos buses de acuerdo a la plataforma "Busbud" son: 4:30 - 8:00 – 15:00 – 19:00.

Vía terrestre se encuentran en operación varias empresas (ver Tabla 22) que realizan recorridos intermunicipales. Se debe tener en cuenta que la movilidad entre los municipios también se realiza por medio de transporte informal como carros particulares y motocicletas. Además de ser común el uso de mototaxis como medio de transporte interno en los municipios con precios que varían generalmente entre \$2.000 y \$3.000 COP. Por lo general, los prestadores de servicios de transportes trabajan de manera asociativa en cada municipio.

Tabla 22. Empresas de transporte terrestre de la zona Sur de La Guajira.

Municipio	Tipo de transporte	Empresa de transporte	Contacto (teléfonos, web)	Recorridos	Horarios	Precios
La Jagua del Pilar	Terrestre	No tiene	NA	Interno	6:00 am - 10:00 pm	\$1.000 - \$5.000
Urumita	Terrestre	Cootraur	035777 8222	Guajira y Cesar	5:00 am a 8:00 pm todos los días	\$10.000 - \$25.000
Villanueva	Terrestre	Asotranva	357773434	Guajira y Cesar	5:00 am - 8:00 pm	\$10.000 - \$30.000
El Molino	Terrestre	No tiene	NA	Interno	6:00 am - 10:00 pm todos los días	\$1.000 - \$5.000



Municipio	Tipo de transporte	Empresa de transporte	Contacto (teléfonos, web)	Recorridos	Horarios	Precios
San Juan del Cesar	Terrestre	Cootrasan	7741268	Valledupar-San Juan del Cesar Fonseca – Valledupar	8:00 am - 6:00 pm	\$13.000 - \$18.000
Distracción	Terrestre	No tiene	NA	Interno	6:00 am - 10:00 pm todos los días	\$1.000 - \$5.000
Fonseca	Terrestre	Asotrasur	7755149	Fonseca Riohacha Riohacha Fonseca y llegan hasta La Jagua. No pasan al Cesar	8:00 am - 6:00 pm	\$20.000 - \$30.000
Barrancas	Terrestre	Transegua	3212904447	Guajira y Cesar	8:00 am - 5:00 pm	\$15.000 - \$20.000

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información recolectada durante la visita de campo, 2018.

Otra de las formas de llegada hasta estos municipios es desde Bogotá hasta el Aeropuerto Internacional Simón Bolívar en Santa Marta. Las aerolíneas que llegan hasta dicha ciudad son: Latam Airlines, Interjet, Avianca, Turkish Airlines, Copa Airlines, VivaColombia, Avianca Brazil e Iberia. Los vuelos de llegada tienen horarios desde las 8:10 a.m. hasta las 11:32 p.m. y de salida hay vuelos desde las 6:30 a.m. hasta las 10:14 p.m. Otro de los destinos desde los que se puede llegar hasta Santa Marta es Medellín en Avianca, Viva Air y Latam. Desde el aeropuerto se dirige hacia la terminal de transportes de la ciudad desde donde se puede tomar un bus hacia Valledupar. Una de las empresas que realiza dicho recorrido es Cootracegua con un precio de \$30.000 COP. Otras empresas de transporte terrestre, según la plataforma "Pinbus" son: Copetran con un precio de \$30.000 COP y Brasilia Express de \$26.000 COP.

Es importante contemplar que el transporte es esencial para acceder desde un mercado potencial, al destino turístico, por lo que trabajar sobre este tipo de infraestructuras será determinante para que el Sur de La Guajira no quede aislado. De alguna manera, desde Riohacha, la comunicación vial es muy complicada y desestimula a los visitantes, mientras que, desde Valledupar, la situación es mucho más favorable. Por vía aérea, la situación es complicada y los costos muy elevados. Poco a poco, los prestadores de servicios turísticos, autoridades, concesionarios y aerolíneas, deben trabajar juntos para incrementar los flujos de pasajeros a precios cada vez más favorables.

Usos del suelo compatibles con turismo de los municipios del sur La Guajira

A continuación, se realiza la descripción de la relación que se realiza en los diferentes Esquemas de Ordenamiento Territorial / Planes Básicos de Ordenamiento (dependiendo del municipio) con el uso del suelo y la actividad turística.

La Jagua del Pilar: Esquema de Ordenamiento Territorial, Acuerdo N. 003 de 2006.

El suelo urbano y de expansión urbana de este municipio tiene diferentes localizaciones, usos y normas urbanísticas dependiendo del tratamiento que se les brinde (conservación, mejoramiento integral, consolidación, desarrollo y renovación). Por un lado, el suelo con tratamiento de conservación, que abarca los arroyos La Jagua y Grande, es compatible con la recreación pasiva o contemplativa. Por su parte, el uso principal del suelo con tratamiento de consolidación está destinado a hoteles, por lo que se esperaba un crecimiento de la oferta, pero 12 años después, no se ha dado el resultado.

Entre los usos permitidos en el suelo rural se encuentran zonas de interés turístico y recreación de forma general. Del suelo rural se protegen y conservan zonas relacionadas con el recurso hídrico e hidrogeológico con usos compatibles como la recreación pasiva y contemplativa.

Urumita: Esquema de Ordenamiento Territorial 2000 – 2009 y **Villanueva:** Esquema de Ordenamiento Territorial 2002. Acuerdo 020 de septiembre 7 de 2002.

En ambos documentos se hace referencia al Parque Regional Cerro Pintao como parte del suelo rural de los municipios con potencial hídrico para alternativas de desarrollo socioeconómico como el ecoturismo. En ninguna otra parte mencionan el turismo como una estrategia de desarrollo.

El Molino - Esquema de Ordenamiento Territorial. Año 2000.

El territorio se divide en 12 unidades paisajísticas (UP) que tienen diferentes usos. Cada una de estas unidades se relaciona con el turismo de una forma diferente, algunas son categorizadas como aptas para esta actividad, otras moderadamente aptas, otras marginalmente aptas y finalmente algunas se caracterizan por no ser aptas para el turismo. A continuación, se realiza la categorización de cada una de estas unidades paisajísticas de acuerdo con su vínculo con el turismo:

Áreas aptas para el turismo: UP 8 – Norte, localizada en inmediaciones del río El Molino y la carrera Los mangos.

Áreas moderadamente aptas para el turismo: UP 2 – Suroccidente; UP 3 - Oriente, hacia la cabecera del Manantial, por el paso El Rincón; UP 4 - Oriente, hacia Salsipuedes, arroyo El Pital; UP 9 - Inmediaciones de la finca "Catatumbo".

Áreas marginalmente aptas para el turismo: UP 1 – Noroccidente; UP 5 - Oriente, comprende la loma de Pamplona, el portón, las delicias; UP 7 - Oriente. En estas zonas se encuentra casiquillo, las lajas.

Áreas no aptas para el turismo: UP 6 - Oriente. Comprende El Pital, El Llano; UP 10 - Zonas más altas de la cordillera en jurisdicción del Municipio. Comprende los sitios de Nuevas Ideas, el colegio, buena vista el portón; UP 11 - Inmediaciones del río el Molino en su parte baja.

La UP 12 es el perímetro urbano y no se hace referencia al turismo en dicha zona. Lo que se puede inferir, de alguna manera, es que el turismo se piensa más desde el orden rural que desde el urbano. Al final, tampoco se ha generado un desarrollo en este sentido, 18 años después.

San Juan del Cesar: Plan de Ordenamiento Básico Territorial 2004 – 2012.

En el suelo urbano, el suelo concebido como perímetro urbano del municipio tiene el turismo como actividad complementaria de desarrollo, sin embargo, existe una zona de protección ambiental en el cual se restringe el uso turístico y de recreación. Por su lado, en el suelo rural categorizado como suburbano existen zonas recreativas destinadas al turismo y la recreación. En las zonas de actividad mixta y para el desarrollo agrario, el turismo es restringido. En dicho suelo rural hay de igual forma zonas de manejo especial y ríos y cuerpos de agua en las que el turismo y la recreación son usos complementarios.

En términos generales, el turismo en San Juan se ha desarrollado con más fuerza que en cualquier otro municipio del Sur de La Guajira, gracias a que se permite la actividad, pero nunca ha sido considerado una actividad principal o prioritaria dentro de las estrategias de ordenamiento territorial del municipio.

Distracción: Esquema de Ordenamiento Territorial. Acuerdo N. 011 de 2003 - 2005.

En este documento se plantea el interés por el ecoturismo y el etnoturismo. En este se hace alusión a la posibilidad de realizar o llevar a cabo proyectos turísticos en el suelo urbano destinado a proyectos especiales. Sin embargo, aún no se ha implementado ninguno.

Las zonas recreacionales de cada una de las cabeceras urbanas de cada corregimiento son: plaza principal del corregimiento Buenavista, la vía que conduce a Caracolí (del corregimiento Chorreras) y la zona central del corregimiento La Duda. En el corregimiento Los Hornitos las márgenes del río Ranchería son categorizadas como zonas de reserva con fines ecoturísticos.

Fonseca: Esquema de Ordenamiento Territorial, 2004 – 2015.

En este documento no se hace referencia al turismo, es decir, no se ha concebido como una estrategia de desarrollo para el municipio en ninguna medida.

Barrancas: Esquema de Ordenamiento Territorial 2002 – 2010 “Volvamos al orden”. En el EOT se hace referencia al turismo en el suelo rural como uno de sus usos en aquellas áreas con atractivos naturales, paisajísticos y culturales usados para la recreación. En el municipio, el turismo puede ser categorizado y zonificado como turismo ribereño, que se puede desarrollar en el río Ranchería, el arroyo El Guanábano y el arroyo Pozohondo; turismo cultural, que usa como soporte los bienes culturales y eventos tradicionales; y agroturismo, que se da especialmente en Resguardos Indígenas y en la Sierra Nevada de Santa.

En términos generales, el análisis del ordenamiento territorial permite identificar un profundo rezago en todo sentido y, puntualmente, con relación al turismo. Los municipios deben buscar la actualización de los Planes, Esquemas de Ordenamiento Territorial para que el turismo no crezca de manera esporádica, aleatoria, lo que podría llevar a un caos absoluto con efectos devastadores tanto en el orden ambiental, como sociocultural. Es el momento en el que se requiere de un análisis concienzudo del potencial turístico de la región y su proyección a futuro de acuerdo con su potencial. Cabe destacar que el presente documento, se convierte en un insumo fundamental para dicho trabajo.

2.3.2. Contexto sociodemográfico

Según el Departamento Nacional de Planeación (DNP), en las estadísticas de las proyecciones del DANE para el año 2018, La Guajira es habitada por 1'040.157 personas, de las cuales el 49,5% son hombres y el 50,5% son mujeres. Del total de la población, el 54,84% vive en zonas urbanas y el 45,16% en zonas rurales. En el departamento se encuentran 26 resguardos indígenas, lo que correspondería al 28,9% de la población del departamento. En cuanto a la cobertura de educación, La Guajira está un 22,53% por debajo del porcentaje nacional con una cobertura del 20,7% de la población, de la cual un 51,71% es preescolar, 72,96% primaria, 46,92% secundaria; y 20,69% media.

En cuanto a la zona sur del departamento, las estadísticas muestran la siguiente información:

Tabla 23. Población de la Baja Guajira.

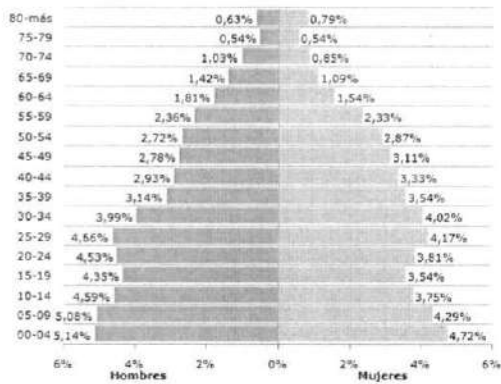
Municipio	Población total	Hombres	Mujeres	Población urbana	Población rural	Población indígena	Resguardos
La Jagua del Pilar	3.308	51,7%	48,3%	71,0%	29,0%	0,0%	-
Urumita	19.214	50,2%	49,8%	59,5%	40,5%	0,0%	-
Villanueva	28.508	49,3%	50,7%	69,3%	30,7%	0,0%	-
El Molino	9.037	49,1%	50,9%	69,0%	31,0%	0,0%	-
San Juan del Cesar	38.900	49,7%	50,3%	66,5%	33,6%	6,9%	1
Distracción	16.799	52,9%	47,1%	33,7%	66,3%	0,0%	1
Fonseca	34.762	48,4%	51,6%	65,4%	34,6%	4,6%	1
Barrancas	36.862	50,2%	49,8%	51,7%	48,3%	16,4%	5

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018. La información sobre el resguardo en Distracción fue tomada del Plan Salvaguarda Wayuu Zona Sur de La Guajira.

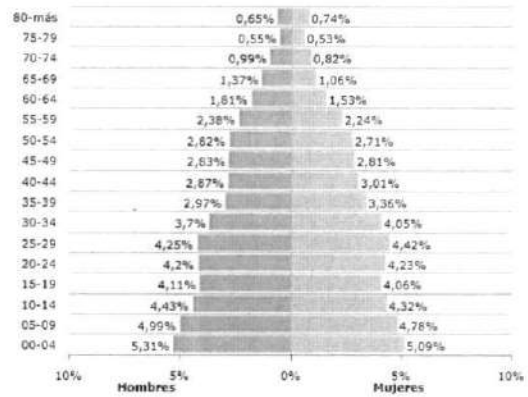
De esta información se puede decir que estos municipios albergan a 187.390 personas, lo que corresponde al 18% de la población del departamento. En promedio el porcentaje de hombres es 50,2% y 49,8% de mujeres. En cuanto a los lugares donde viven las personas, en promedio el 60,8% corresponde a la zona urbana y el 39,2% a la zona rural. En esta zona del departamento es posible encontrar 8 resguardos indígenas. En Barrancas se pueden encontrar representantes de la etnia Wayúu en los siguientes resguardos: El Zahino Guayabito Muriaytuy, Provincial, San Francisco, Trupio Gacho y Cerrodeco. En Fonseca, también de la etnia Wayúu, está el resguardo Mayabangloma y en San Juan del Cesar, de las etnias Kogui – Malayo – Arahaco, se ubica el resguardo considerado capital del gobierno del pueblo Wiwa. En Distracción se encuentran en el resguardo Caicemapa.

La distribución por edades de la población por cada municipio del Sur de La Guajira se presenta de la siguiente forma:

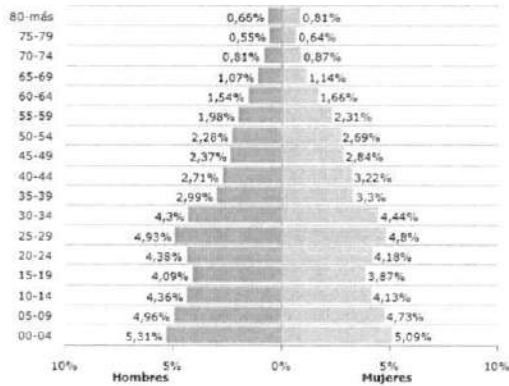
La Jagua del Pilar



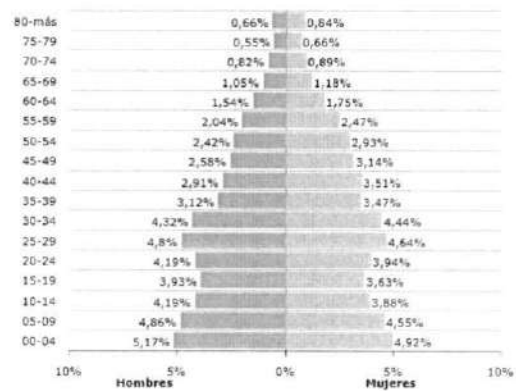
Urumita



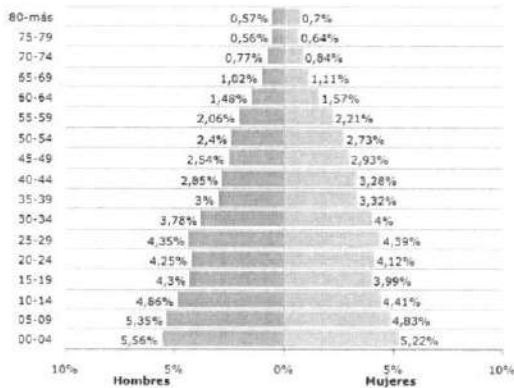
Villanueva



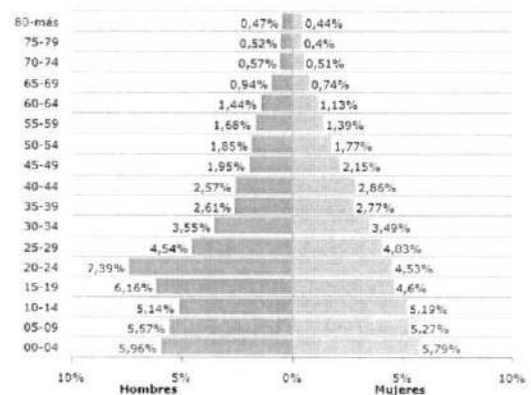
El Molino



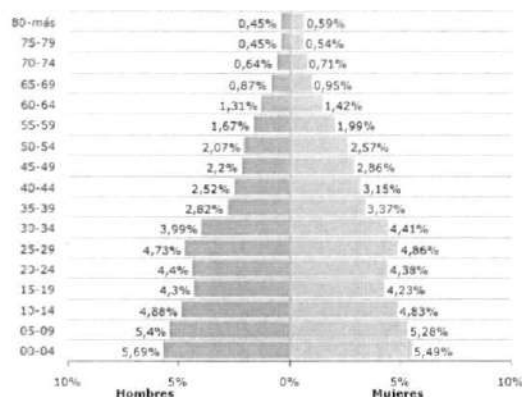
San Juan del Cesar



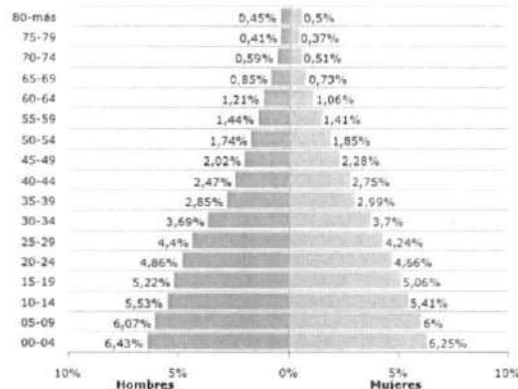
Distracción



Fonseca



Barrancas



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018.

Con esta información (Ilustración 28) se puede observar de forma general que en estos municipios la población adulta mayor es poca, por lo cual, la base se centra en la población joven, aspecto que concuerda con las características de la población en el departamento ya que, según el Informe Socioeconómico de La Guajira 2017 realizado por la Cámara de Comercio del departamento, en este habitan principalmente jóvenes.

En cuanto a la cobertura educativa, la Tabla 24 permite observar los porcentajes de la cobertura de educación en los diferentes niveles.

Tabla 24. Cobertura neta educativa del Sur de La Guajira.

Municipio	Cobertura neta de educación	Cobertura neta preescolar	Cobertura neta primaria	Cobertura neta secundaria	Cobertura neta media
La Jagua del Pilar	27,1%	57,8%	100,0%	63,7%	27,1%
Urumita	24,5%	33,5%	45,2%	45,9%	24,5%
Villanueva	39,3%	45,8%	88,3%	77,4%	39,3%
El Molino	31,1%	27,8%	53,1%	53,7%	31,1%
San Juan del Cesar	47,5%	65,8%	101,5%	93,9%	47,5%
Distracción	17,9%	24,1%	55,0%	38,6%	17,9%
Fonseca	51,7%	82,3%	107,9%	92,5%	51,7%
Barrancas	24,9%	45,3%	62,3%	54,9%	24,9%

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018.

En promedio, los municipios cubren un 33% de la educación poblacional. El promedio de cobertura neta preescolar es del 47,8%, similar a la tasa departamental (47,5%); el de educación primaria es 76,7%, por encima de la tasa del departamento (71,9%); el de secundaria es 65,1%, por encima del 45,4% del departamento y el de educación media es 33%, por debajo de la tasa de La Guajira (20,8%), cifra tomada del Informe Socioeconómico de La Guajira. En esta zona sur del departamento, los establecimientos educativos funcionando para el año 2016 estuvieron distribuidos de la siguiente forma como se muestra en la Tabla 25:

Tabla 25. Establecimientos educativos al Sur de La Guajira.

Municipio	Establecimiento Educativos Oficiales	Establecimientos Educativos No Oficiales	Total Establecimientos Educativos
La Jagua del Pilar	2		2
Urumita	3	2	5
Villanueva	6	4	10
El Molino	2	3	5
San Juan del Cesar	16	9	25
Distracción	5		5
Fonseca	9	7	16
Barrancas	8	5	13
Total	51	30	81

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de información del Informe Socioeconómico de La Guajira 2017.

A partir de esta información es posible decir que el 63% de los establecimientos educativos son oficiales y como se puede observar, solo en El Molino hay más de tipo “No oficial”, los demás municipios presentan mayor cantidad de establecimientos “Oficiales”. El municipio con mayor porcentaje de estos es San Juan del Cesar, donde se encuentra el 31%, seguido de Fonseca con el 20% y de Barrancas con el 16%. En La Jagua del Pilar se encuentra solamente el 2%.

Sobre la educación superior, en esta zona del departamento la Universidad de La Guajira oferta sus programas en la Sede de Villanueva y en la Sede de Fonseca. En la primera los programas son: administración de empresas, contaduría pública, trabajo social, salud ocupacional, licenciatura en etnoeducación, licenciatura en pedagogía infantil, tecnología en promoción social – a distancia. En la segunda sede: ingeniería ambiental, trabajo social, licenciatura en etnoeducación, tecnología en promoción social – a distancia, licenciatura en pedagogía infantil, ingeniería del medio ambiente, salud ocupacional. Por otro lado, el Servicio Nacional de Aprendizaje tiene el Centro Agroempresarial y Acuicola en Fonseca.

Cabe mencionar que Uniguajira oferta el pregrado en Administración Turística y Hotelera, un diplomado en Gestión de Turismo Sostenible en La Guajira y una maestría en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible en su sede de Riohacha.

En San Juan del Cesar se encuentra el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional San Juan del Cesar donde se ofertan los programas Técnico profesional en soporte y procesos informáticos, Técnico profesional en operaciones mineras, Técnico profesional en procesos contables, Tecnólogo en gestión minera, seguridad industrial, Prevención de riesgos profesionales, Tecnólogo en gestión contable y financiera, Técnico profesional en minería, Producción agroindustrial de alimentos, contabilidad, Pedagogía, Secretariado y Agropecuaria.

En el aspecto educativo no se puede dejar a un lado el tema de la etnoeducación en el departamento debido a la representatividad e importancia de los grupos indígenas que lo habitan, motivo por el cual en el Plan de Desarrollo Departamental se plantea que el objetivo de la etnoeducación es el posicionamiento de la educación intercultural para el entendimiento de las culturas afrocolombiana, indígena y rom, además de ser un medio para responder a las necesidades y características de los grupos étnicos en cuanto a identidad cultural .

Según el Boletín sobre la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2017 del DANE, ese año La Guajira presentó una tasa de desempleo de 6,5% (2 puntos menos respecto al 2016) y según el Centro de Pensamiento para el Desarrollo Guajira 360°, en el periodo comprendido entre mayo y julio de 2018 la tasa de desempleo departamental fue del 13,8%. Este indicador no es posible encontrarlo por cada uno de los municipios.

De acuerdo con el DNP, en promedio el ingreso corriente per cápita en la zona sur del departamento es de COP \$240.249 según los datos para cada uno de los municipios, teniendo en cuenta que se comporta de la siguiente forma:

Tabla 26. Ingresos per cápita en la zona Sur de La Guajira.

Ingresos corrientes per cápita (2016)	
La Jagua del Pilar	\$573.456
Urumita	\$117.717
Villanueva	\$80.690
El Molino	\$577.923
San Juan del Cesar	\$135.227
Distracción	\$143.686
Fonseca	\$125.522
Barrancas	\$167.771

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018.

Cobertura de servicios básicos

Salud

De acuerdo con información de la Secretaria de Salud Departamental los municipios cuentan con los siguientes centros de salud:



Tabla 27. Centros de salud del Sur de La Guajira.

Hospital de nivel 1	Hospital de nivel 2	Centros de salud			Puestos de salud			Total
		Zona urbana	Zona rural	Zona indígena	Zona urbana	Zona rural	Zona indígena	
7	1	0	12	0	0	25	2	47

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia a partir de información del Informe Socioeconómico de La Guajira 2017.

Esta cantidad de centros de salud representan el 54% del total en La Guajira. El municipio con mayor cantidad de espacios para prestar este servicio es San Juan del Cesar con el 49%, seguido de Barrancas con el 21%. Cada uno de los municipios (excepto San Juan del Cesar) cuenta con un hospital de nivel 1 en el que se prestan los servicios de: medicina general y/o personal auxiliar y/o paramédico y/o de otros profesionales de la salud no especializados. Este nivel de hospital, por encontrarse en áreas municipales comprende centros y puestos de salud. Estos son: Hospital Donaldo Saúl Moron Manjarrez Jagua Del Pilar en la Jagua del Pilar, Hospital Santa Cruz De Urumita, Hospital Santo Tomas De Villanueva, Hospital San Lucas (El Molino), Hospital Santa Rita De Cassia (Distracción), Hospital San Agustín (Fonseca), Hospital Nuestra Señora Del Pilar (Barrancas).

Solo San Juan del Cesar cuenta con el Hospital San Rafael de nivel 2 en el que es posible encontrar los servicios de medicina general y/o profesional paramédico con interconsulta, remisión y/o asesoría de personal o recursos especializados. Teniendo en cuenta a la población indígena, se puede evidenciar la falta de centros de salud en sus zonas y la presencia de los puestos de salud en esta, sabiendo que son 6 en todo el departamento.

Acueducto, alcantarillado, aseo

Teniendo en cuenta que la información sobre la cobertura de los servicios de acueducto y alcantarillado presentada en cada uno de los planes de desarrollo municipales corresponden a años diferentes, a continuación, se darán a conocer los datos sobre estos que brinda cada ficha municipal del DNP:

Tabla 28. Cobertura de acueducto y alcantarillado por municipio.

Municipio	Cobertura de acueducto	Cobertura de alcantarillado
La Jagua del Pilar	47,4%	47,4%
Urumita	70,7%	70,8%
Villanueva	79,4%	78,1%
El Molino	53,8%	49,4%
San Juan del Cesar	64,9%	60,1%
Distracción	65,4%	49,6%
Fonseca	76,9%	77%
Barrancas	54,9%	54,9%

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018.

En promedio, la cobertura del acueducto para esta zona del departamento es del 64%, por debajo del departamento que presenta una cobertura de 78,9%. Sin embargo, esta zona del departamento cuenta con coberturas más altas que en otros municipios de la alta y Media Guajira, según el Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019. El servicio de acueducto para el municipio de Barrancas es cubierto por la empresa Agua de Barrancas y para los otros municipios es Aguas de La Guajira. Frente a la situación de este servicio es necesario tener en cuenta que no suele prestarse de forma continua en esta zona del departamento. La calidad del agua que caracteriza esta zona depende de cada municipio, así pues, el nivel de riesgo por la calidad del agua para cada uno de estos municipios fue, en el año 2015, de la siguiente forma: Barrancas, Fonseca, el Molino y Villanueva - medio; San Juan – bajo y Distracción – Sin riesgo. De Urumita y La Jagua del Pilar no hay datos al respecto.

En promedio, la cobertura del alcantarillado es de 61%, por debajo de la media departamental que es de 76%. De forma general se presenta la problemática de cobertura entre las zonas urbana y las zonas rurales, ya que la brecha es amplia. Además, existe falta de tratamiento de aguas servidas y en los planes de desarrollo municipales, este servicio presenta deficiencias bien sea por falta de lagunas de oxidación, falta de redes de alcantarillado o el mal estado de algunas. La prestación de estos servicios en los municipios de Barrancas, Fonseca, San Juan y Villanueva está vinculada al Plan Departamental de Agua de La Guajira.

En cuanto al servicio de aseo, algunas empresas que prestan este servicio son: Asogua (Barrancas – 2011), Interaseo S.A. E.S.P. (Fonseca, Distracción y San Juan del Cesar) y Asogenerales (Villanueva). Para los otros municipios no se encuentra la información en sus planes de desarrollo. La descripción frente a la prestación de este servicio se basa en la deficiencia de cobertura en las zonas rurales y su baja frecuencia para la recolección de las basuras que afecta la salud de las personas por la acumulación de desechos.

Luz

El servicio de energía eléctrica es prestado por Electricaribe S.A. E.S.P. para todos los municipios. La situación de este servicio se caracteriza, según los planes de desarrollo municipal, por su amplia cobertura en las zonas urbanas, con porcentajes de hasta 98% de cobertura, pero no en las zonas rurales, los porcentajes de cobertura en esas zonas se encuentran entre el 0% o menos del 50%. Además, presenta deficiencias por las caídas del voltaje.

Internet y telefonía

La información por cada municipio respecto a la cobertura de internet, banda ancha o angosta, usuarios de internet, puntos de wifi es la siguiente:

- La Jagua del Pilar: se establece la meta de hogares y empresas conectadas a internet y la apertura de puntos vive digital.
- Urumita: en el 2014 tuvo 14 suscriptores a banda ancha. Punto Vive Digital Plus en la Institución Educativa Inmaculada Liñán y un Kiosco vive Digital en La Esperanza.
- Villanueva: no hay información.
- El Molino: no hay información.
- San Juan del Cesar: 48 usuarios de internet por cada 100 habitantes.
- Distracción: 60 usuarios de internet por cada 100 habitantes. Zona de Wifi en la plaza principal, la Institución Educativa Margot Maestre, la Alcaldía Municipal y la Ceiba (zona Rural). La telefonía móvil 18,35% en la zona urbana y 0,54% zona rural. Telefonía celular en todo el territorio.

- Fonseca: 1.370 suscriptores a internet (99% banda ancha y 1% banda angosta).
- Barrancas: no hay servicio banda ancha. Internet utilizando el modem de empresas de telefonía móvil.

2.3.3. Aspectos culturales

La Guajira es un departamento que presenta características y atractivos de carácter cultural que generan interés y particular curiosidad por parte de los turistas, motivándolos a la visita de este lugar. Uno de estos aspectos es la presencia de grupos étnicos. En primer lugar, la etnia Wayúu presente en la mayoría del territorio guajiro, en los territorios de Barrancas y Fonseca se caracteriza por sus asentamientos en clanes. Su sistema Normativo aplicado por el pütchipü'üi (palabrero) está declarado como Bien de Interés Cultural del Ámbito Nacional y se encuentra en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Unesco. Cuenta con un Plan de Salvaguarda (resolución 2733 de 2009) con el fin de establecer estrategias que garanticen su preservación. Este pueblo cuenta con un Plan de Salvaguarda del año 2014 en la Zona Sur de La Guajira y muestra su presencia en los municipios de Barrancas, Fonseca y Distracción.

Otras etnias presentes en el territorio de la Baja Guajira pertenecen a pueblos de la Sierra Nevada de Santa Marta tales como: los Kogui o kaggaba, asentados hacia el Guatapurí, caracterizados por su organización en patrilineales y matrilineales; los Wiwa o malayo, comparten territorio con Koguis y Arhuacos; y los Arahucos o ika, caracterizados porque su persona principal es el Mamo o la Mama. Para estos pueblos, las otras personas no pertenecientes a ninguna de las etnias son considerados los "hermanos menores".

Otra de las declaraciones reconocidas de La Guajira y relacionada con esta zona es la de la música vallenata tradicional del Caribe colombiano que por medio de la Resolución 1321 de 2014 se incluye en la Lista representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial del ámbito nacional y se le aprueba el Plan de Salvaguarda. De igual forma, El vallenato, música tradicional de la región del Magdalena Grande, se encuentra en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco en el año 2015.

Con motivo de realzar esta música, se llevan a cabo eventos culturales de carácter musical en distintos municipios de la Baja Guajira como se puede observar en la Tabla 29:

Tabla 29. Festivales en torno al vallenato en la Baja Guajira.

Nombre	Municipio	Fecha	Características
Festival Cuna de acordeones	Villanueva	11 de octubre / 2018 - 14 de octubre / 2018	*Versión 40° *Patrimonio Cultural y Artístico de la Nación *Se premia en diferentes categorías: - Acordeón infantil - Acordeón aficionado - Acordeón juvenil - Acordeón profesional - Piqueria profesional - Canción inédita
Festival del Cantante	El Molino	Finales de noviembre - primeros días de diciembre	*No se realiza actualmente



Nombre	Municipio	Fecha	Características
Festival Nacional de Compositores de Música Vallenata	San Juan del Cesar	Del 7 al 9 de diciembre de 2018	*Versión 42° *Se realiza el concurso del Rey de Reyes, de canción inédita, piquería juvenil e infantil y versadores.

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia a partir de información de Fundación Festival Cuna de Acordeones, Portal Vallenato y fuentes primarias, 2018

Aunque estos sean eventos representativos del vallenato, en los otros municipios también se llevan a cabo eventos en torno a sus patronos religiosos como: las Fiestas Patronales de Santa Cruz (Urumita), de San Antonio de Padua y la Virgen del Pilar (La Jagua del Pilar), de Santa Rita de Casia (Barrancas), entre otros. Además, eventos como el Festival del Retorno (Fonseca), el Festival de Los Laureles (Distracción), el Festival de Las Flores y la Calaguala (Urumita) y el Festival Folclórico La Vela del Marquezote (La Jagua del Pilar) son parte de la muestra cultural de esta zona del departamento que destacan las características propias de cada municipio.

De acuerdo con el Informe Socioeconómico Sector Turismo Departamento de La Guajira (2017)", hace falta empaquetar o crear encadenamientos por medio de recorridos turísticos para los festivales existentes y para otros patrimonios.

Entre los bailes que resaltan en esta zona del departamento se encuentra El Baile de la Colita Abierta y la Colita Cerrada, un baile que se caracteriza por su armonía rítmica al combinar el acordeón, la caja y la guacharaca con las letras de canciones que narran aspectos de la vida cotidiana, momentos amorosos y paisajes. Otro baile que se debe tener en cuenta es La Yona o Chichamaya, danza de la etnia wayú. A través de esta danza se representan los roles del hombre y de la mujer en una pareja.

La gastronomía de La Guajira se caracteriza por su amplia gama en el uso de carnes de diferentes animales como "chigüiro, morrocoyo, guartinaja, tortuga, armadillo, iguana y una colorida paleta de pescados y mariscos" según lo escrito en la Biblioteca Básica de cocinas tradicionales de Colombia del Ministerio de Cultura. Entre los platos que se reconocen para este departamento se encuentran la sopa de tortuga, el arroz con frijolito morado guajiro, la ensalada de langosta, los patacones, el arroz con tortuga y el friche (uno de los más destacados y conocidos de esta cocina). Uno de los platos con renombre en la zona sur del departamento es la malangada, en Urumita, un plato a base de un tubérculo llamado malanga y gallina criolla. También se prepara en Villanueva y en el departamento vecino (Cesar).

Las artesanías representativas del departamento se crean a partir de elementos como el fique, en hilo de algodón y materiales de orfebrería. Con estos se elaboran mochilas, waireñas (sandalias), chinchorros, hamacas, mantas, sombreros, pulseras, collares y el poporo. Estas artesanías están relacionadas con las tradiciones de las etnias indígenas presentes en el territorio. Es necesario hacer énfasis en las artesanías en fique ya que su producción, transformación y comercialización ha estado en crecimiento. En el año 2013 se celebró el Encuentro Nacional y Festival Folclórico del Fique La Guajira en La Junta, un corregimiento de San Juan del Cesar. En el año 2015 la Gobernación lanzó un proyecto en el cual se buscaba fortalecer la cadena productiva del fique y los municipios beneficiados serían Dibulla, Riohacha, Fonseca, Distracción y San Juan del Cesar. Dicho proyecto continúa en espera para ser financiado y resolver las problemáticas relacionadas con el proceso de producción del fique por su falta de tecnificación.



Del ámbito cultural de un territorio no se pueden desligar las instituciones y espacios creados para la divulgación del conocimiento como las casas de la cultura. En el departamento, algunas de estas casas cumplen también la función de ser bibliotecas. Las de Villanueva, Urumita y Distracción fueron donadas por la embajada de Japón. A continuación, se dan a conocer (Tabla 30) las casas de la cultura (ubicadas en las cabeceras municipales) de esta zona del departamento:

Tabla 30. Casas de la cultura.

Municipio	Nombre la casa de la cultura	Tipo de espacio
La Jagua del Pilar	Casa de la Cultura.	Biblioteca + casa de cultura
Urumita	Casa de la Cultura "Manuel María Barros".	Biblioteca + casa de cultura
Villanueva	Casa de la Cultura "Rafael Antonio Amaya".	Casa de Cultura
El Molino	Casa de la Cultura "Alberto Luis Zabaleta Celedón".	Biblioteca + casa de cultura
San Juan del Cesar	Casa de la Cultura "Manuel Antonio Ávila".	Biblioteca + casa de cultura
Distracción	Casa de la Cultura "Beatriz Mabel Campo Brito".	Casa de Cultura
Fonseca	Centro de Recursos Educativos Y Culturales Municipales CREM.	Casa de Cultura
Barrancas	Casa de la Cultura "José Agustín Solano".	Casa de Cultura

Fuente: Adaptación del Directorio de casas de la cultura – 2016 del Ministerio de Cultura.

2.3.4. Aspectos económicos

De acuerdo al informe de Guajira 360° y de Fundesarrollo, en el año 2017 La Guajira aportó el 1,3% al PIB de Colombia. Internamente, el sector que mayor porcentaje representa en el PIB del departamento es el de minas y canteras, seguido de admón. pública y defensa y en tercer lugar el comercio con actividad es que incluyen el alojamiento y los servicios de comida. Los demás sectores aportan de la siguiente forma:

Tabla 31. PIB departamental interno por sectores.

Sector económico	Porcentaje de participación en el PIB interno bruto
Explotación de minas y canteras	43,8%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales	12,8%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; <u>alojamiento y servicios de comida</u>	8,2%
Construcción	7,2%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	5,3%
Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo	4,9%



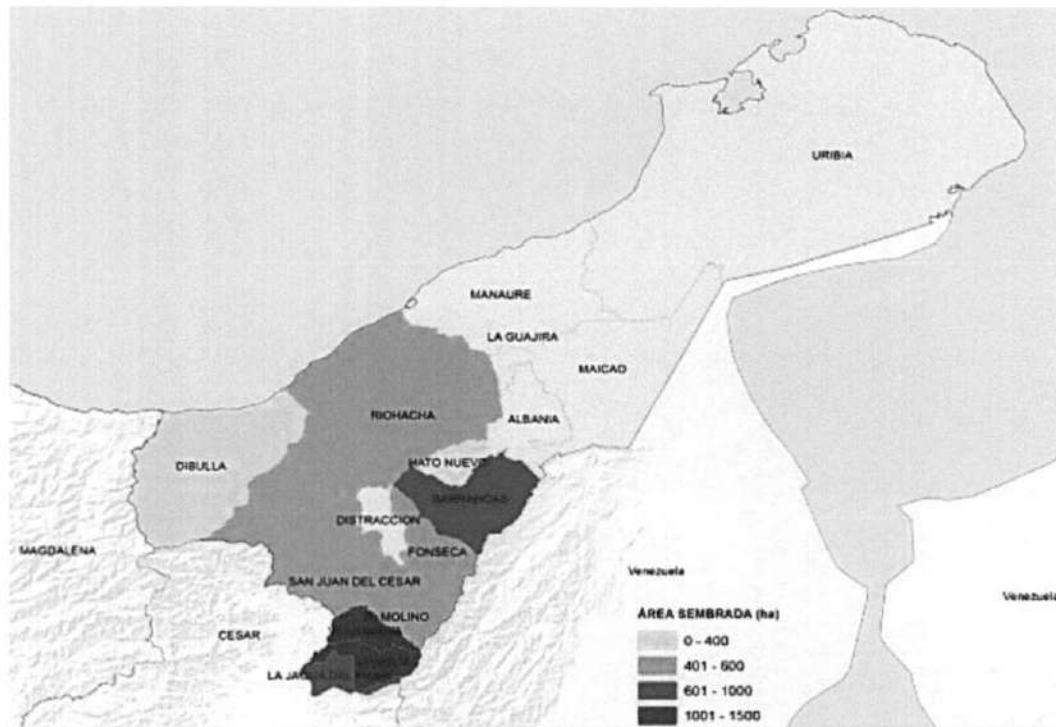
Sector económico	Porcentaje de participación en el PIB interno bruto
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	4,2%
Actividades inmobiliarias	4,0%
Actividades financieras y de seguros	1,5%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	1,5%
Información y comunicaciones	0,3%
Industrias manufactureras	0,0%

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia a partir de información del DANE PIB departamental 2017.

Ahora bien, las características económicas de los municipios del sur están directamente ligadas a las condiciones de su suelo, se caracterizan especialmente por contar suelos fértiles en los cuales se cultivan productos como la yuca, el arroz, el café, el ají, el frijol, el plátano, el ñame, la malanga, el tomate, frutas cítricas como la naranja, el limón y el lulo, el aguacate, entre otros productos dependiendo de cada municipio. Aunque se han presentado ciertas problemáticas por las condiciones climáticas de la zona en cuanto a la sequía de algunos sistemas de riego, se espera que el proyecto del Distrito de Riego del Río Ranchería (Resolución 0932 de 2015) permita la reactivación del sector agropecuario al disponer de una fuente hídrica para aprovechar en los distritos de riego San Juan del Cesar y Ranchería - comprende los municipios de Distracción (Chorreras y San Luis Pulgar) y Fonseca (Mayabangloma).



Ilustración 28. Áreas con cultivos de café.



Fuente: Agronet

Como se puede notar, el café es uno de los productos agrícolas representativo de esta zona del departamento. Entre los años 2008 – 2012 se llevó a cabo la Estrategia regional de transición del Sur de La Guajira entre USAID y el Gobierno colombiano para apoyar el ámbito productivo de las zonas rurales de los municipios del Sur de La Guajira. Para ello, se formuló el Plan de Acción para el producto del café, en el cual se identificó como objetivo principal: aumentar la competitividad del café de la zona Sur de La Guajira y con ello aumentar la calidad de vida de los caficultores. De esta zona se resaltó el proceso sostenible de producción de café y se buscó el impulso de las marcas Típica Perijá, Anei orgánico y Flo Nacer orgánico (Tiwen) que hoy son parte de programas de cafés especiales de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Estos son producidos entre la Sierra Nevada de Santa Marta y La Serranía del Perijá. Urumita, Villanueva y Barrancas son los municipios con mayor cantidad de áreas sembradas de café (ver Ilustración 28).

De la actividad de producción del café se debe hablar de la mujer cafetera. De acuerdo con el informe realizado por el Comité departamental de cafeteros Cesar – Guajira, como parte del desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno, se fortaleció la organización comunitaria promoviendo la participación de 102 mujeres en 4 asociaciones que impulsaron el desarrollo integral de la mujer cafetera.



Una de las asociaciones de mujeres cafeteras más representativas de la zona es Asmuperija -la Asociación de mujeres productoras de la Serranía del Perijá conformada en el año 2013. Están ubicadas en el corregimiento Conejo de Fonseca. Son 10 mujeres que producen el Café Dorado del Perijá, café arábigo 100% colombiano. Su producto está incluido en el programa de negocios verdes de Corpoguajira. Sus prácticas son sostenibles como, por ejemplo, hacen uso de abono orgánico y siembran bajo sombrío junto a otros cultivos. Otra de estas organizaciones que buscan empoderar a las mujeres campesinas cafeteras es la Asociación de Mujeres Cafeteras del Perijá (AMUCAFEP) en Urumita quienes, además, han trabajado arduamente en el turismo como actividad complementaria a su labor cafetera. Reciente, María Carolina Farfán, de AMUCAFEP, fue elegida por Juan Valdez para ser parte un programa especial a nivel nacional destacando la labor campesina y la calidad del café de La Guajira.

Otra de las actividades económicas comunes en estos municipios está relacionada con la cría o el aprovechamiento de diferentes especies de animales como: bovinos que son para doble propósito, producción de leche y carne; porcinos y ovinos. Estas pueden ser tanto para consumo local como para venta. De igual forma, la cría de aves para engorde y la tenencia de especies como caballo, asnal, mular, bufalina, caprina. De la actividad piscícola solo hay datos en Distracción, Barrancas y Fonseca.

En cuanto a la actividad minera los planes de desarrollo hacen énfasis en la búsqueda del control, la formalización y legalización de la minería ilegal. En Barrancas, considerado uno de los principales municipios productores de carbón según el Informe del Departamento Minero - UPME, se hace referencia a los yacimientos de carbón en las minas Central y Oreganal, pertenecientes al yacimiento de carbón terciario del Cerrejón. Una de las situaciones presentadas con el sector minero fue la paralización de actividades de exploración de la empresa CCX que había anunciado el inicio de sus actividades en San Juan del Cesar hacia el año 2013, lo que generó una afectación importante, toda vez que se construyó un hotel y se reformó otro, pensando en atender a sus empleados, pero desafortunadamente para los empresarios, no se iniciaron operaciones y las inversiones quedaron hechas.

A continuación, en la Tabla 32 se puede observar el porcentaje del valor agregado para cada uno de los municipios según la rama de la actividad económica. Lo cual demuestra la vocación agrícola de estos territorios y la importancia de la minería en Barrancas.

**Tabla 32.** Porcentaje de valor agregado por cada actividad económica – municipal.

	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	Explotación de minas y canteras	Industria manufacturera	Suministro de electricidad, gas y agua	Construcción	Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	Establecimientos financieros, seguros y otros servicios	Actividades de servicios sociales y personales
La Jagua del Pilar	45,99%	0,35%	0,74%	2,70%	8,50%	1,44%	8,19%	2,73%	29,36%
Urumita	23,84%	0,35%	3,51%	4,93%	8,50%	8,93%	15,74%	2,99%	31,22%
Villanueva	14,65%	0,35%	4,29%	8,16%	8,50%	17,43%	14,61%	4,68%	27,33%
El Molino	19,40%	0,35%	0,72%	4,87%	8,50%	19,68%	11,99%	3,00%	31,50%
San Juan del Cesar	20,96%	0,35%	1,06%	10,27%	8,50%	12,96%	12,79%	4,94%	28,18%
Distracción	17,33%	0,35%	3,70%	9,17%	8,50%	15,87%	15,26%	2,07%	27,35%
Fonseca	12,99%	0,35%	5,06%	11,05%	8,50%	20,01%	12,27%	5,45%	24,33%
Barrancas	1,56%	87,61%	0,41%	1,10%	1,06%	1,95%	1,86%	0,95%	3,52%

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, a partir de las fichas de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial [PDET] del Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018

Turismo

De acuerdo con el CITUR y sus cifras departamentales, en el periodo comprendido entre enero y julio del presente año han llegado 46.147 pasajeros aéreos nacionales, 47.993 turistas extranjeros no residentes (un 85,27% más respecto al mismo periodo del año anterior). De enero a junio se registraron 13.739 visitas a los parques nacionales naturales ubicados en ese departamento (49,6% más respecto al mismo periodo de 2017).

De acuerdo con el Documento CONPES 3944 "Estrategia para el desarrollo integral del departamento de La Guajira y sus pueblos indígenas" en los últimos años el turismo en el departamento se ha incrementado y según cifras del MinCIT presentadas en este, se presentó un incremento, entre el 2016 y 2017, del 63,7% de área licenciada para construcciones con destino al turismo.

Según el Informe Socioeconómico Sector Turismo Departamento de La Guajira (2017), uno de los sectores más representativo de la Baja Guajira es el turismo, especialmente de carácter cultural, sin dejar de lado el turismo de naturaleza. A continuación, se hace la relación entre las empresas prestadoras de servicios turísticos activas en el Registro Nacional de Turismo a septiembre de 2018 y los empleos que estas generan según la información levantada en campo:

Tabla 33. Relación número de empresas - número de empleos

Hospedaje		Servicio de alimentación		Agencias/operadores*	
N. empleos	N. empresas	N. empleos	N. empresas	N. empleos	N. empresas
56	9	2	1	5	3

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia a partir de información del RNT, 2018.

*Sobre la empresa Becatours S.A.S. no fue posible recolectar información en campo y en internet no se encuentra.

Con relación a esta información es necesario mencionar que el 56% de las empresas de hospedaje se encuentra en Fonseca, sin embargo, el 52% de los empleos son generados en San Juan del Cesar. La única empresa de alimentación registrada y activa es del municipio de Distracción. Las empresas operadoras se encuentran en San Juan del Cesar y en Fonseca, no obstante, en este último la empresa hasta ahora está en proceso de apertura. Del total de La Guajira, los empleos generados por el hospedaje representan el 5%, por servicios de alimentación representan el 2% y de las agencias/operadoras el 3%.

Como se menciona en el Plan de Desarrollo Turístico de La Guajira 2012-2015, estos municipios presentan características en común en cuanto a su relación con el vallenato y el ser sedes de festivales. Es por ello que, en este plan, como parte del proyecto “Estructuración de productos turísticos culturales”, se plantea el subproyecto “Diseño de la Ruta del Caribe musical en la Baja Guajira” con el fin de articular a los municipios que componen esta subregión con Cesar. En este subproyecto se plantea también la creación del “Parque de los compositores” involucrando a artistas y sus obras relacionadas con las canciones representativas de la región de tal forma que posterior a un concurso entre las obras de los artistas, estas sean expuestas, con su respectiva explicación, en un parque seleccionado.

Por otro lado, por su potencial en turismo de naturaleza, en el mismo Plan departamental, como parte del proyecto “Estructuración del turismo de naturaleza”, se propone el subproyecto “Diseño de una ruta de balnearios naturales en la Baja Guajira” para regular el turismo masivo que hasta el momento se ha llevado a cabo en esos sitios naturales y promover el disfrute de los balnearios de forma responsable. De acuerdo con este plan, la señalización en los atractivos es clara. Más allá de lo que se pueda leer en estos informes, la realidad en el Sur de La Guajira es otra y aún requiere de muchos esfuerzos en señalización, generación de proyectos y demás, pero es de aplaudir este primer paso de diseñar un producto en el Sur de La Guajira.

2.3.5. Aspectos políticos

De forma general, la entidad encargada del turismo en el departamento es la Dirección de Turismo que corresponde a la Secretaría de Desarrollo Económico. A nivel municipal, de las entidades territoriales que comprenden la Baja Guajira, Urumita es el único municipio con secretario de turismo, aunque no aparezca en el organigrama de su Alcaldía. De forma general, las alcaldías hacen uso de las redes sociales como medios por los cuales las administraciones públicas de los municipios comunican sus labores, actividades de gestión, proyectos ejecutados o para ejecutar, alianzas con otras entidades y eventos culturales, deportivos o sociales. Estas comunicaciones las dirigen a la comunidad o a otros actores que desean conocer las acciones sobre la gestión de estas instituciones.

La Tabla 34 muestra cuáles municipios cuentan con presencia en estas redes sociales.



Tabla 34. Manejo de redes sociales por cada una de las alcaldías.

Municipio/Redes sociales	Facebook	Twitter	Instagram
La Jagua del Pilar	https://www.facebook.com/AlcaldiadelaJaguaDelPilar/	https://twitter.com/laJaguaDelPilar	
Urumita		https://twitter.com/alcaurumita	https://www.instagram.com/alcaldiaurumitagujira/?hl=es-la
Villanueva	https://www.facebook.com/AlcaldiaVillanuevaGuajira/	https://twitter.com/MpioVillanueva	https://www.instagram.com/alcaldia.villanueva.g/?hl=es-la
El Molino		https://twitter.com/AlcaldiaMolino	https://www.instagram.com/alcaldiaelmolino/?hl=es-la
San Juan del Cesar		https://twitter.com/ALCALDIASANJUAN	https://www.instagram.com/sanjuandelcesardptolaguajira/?hl=es-la
Fonseca	https://www.facebook.com/AlcaldiaFonseca/	https://twitter.com/FonsecaAlcaldia	https://www.instagram.com/alcaldiafonsecalaguajira/?hl=es-la
Barrancas	https://www.facebook.com/alcaldiadebarrancasoficial/		

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

De este uso se pueden anotar los siguientes aspectos:

- ✓ En Facebook, las publicaciones son textos cortos y fotografías. El municipio con la cuenta más activa es Villanueva, que a la vez es la que más seguidores tiene (6.106). Los otros municipios tienen cuentas con entradas que se registran en fechas de los años 2016 y 2015.
- ✓ Twitter es también considerada otra red social de comunicación de las actividades institucionales. Sus contenidos son en su mayoría de tipo textual. En esta red, la mayor presencia la tiene Fonseca con 1.388 tweets entre los años 2015-2018. Lo relacionan con el contenido de Facebook. La Jagua del Pilar, a pesar de tener una cuenta, no tiene contenido.
- ✓ En Instagram, los municipios de Fonseca y Villanueva son los que presentan mayor cantidad de publicaciones de tipo fotográfico. De igual forma son los que tienen mayores cantidades de seguidores. El primero es seguido por 3.847 personas y el segundo 2.125.

En cuanto a asuntos ambientales y la administración de los recursos naturales renovables es la Corporación Autónoma Regional de La Guajira – Corpoguajira – la entidad encargada del departamento. Su sede principal y el laboratorio se encuentran en Riohacha, y su sede al Sur de La Guajira está en Fonseca.

La Cámara de Comercio de La Guajira es la entidad encargada del desarrollo empresarial, social del departamento y la competitividad regional. Realiza informes que permiten conocer las características generales del departamento.



Como representación frente a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia existe un Comité departamental de cafeteros Cesar y Guajira, con presencia en los municipios Villanueva, Barrancas y Fonseca con comités municipales.

Otra entidad con alta incidencia en el territorio es El Cerrejón, empresa dedicada a la exploración, extracción, transporte, embarque y exportación de carbón en el territorio con métodos mineros a cielo abierto. En el ámbito de investigación, la Fundación para el Desarrollo del Caribe – Fundesarrollo-realiza, promueve y difunde investigaciones relacionadas con problemáticas de la Región Caribe. Esta información es parte de la base de datos dada a conocer por el Centro de Pensamiento para el Desarrollo, Guajira 360° que tiene la finalidad de “generar información técnica confiable y pertinente” sobre distintos aspectos del departamento (entre ella el turismo), aportando al proceso de toma de decisiones.

Entre las organizaciones que impactan directamente en el territorio se encuentra Respond Institute, “un centro de pensamiento dedicado a la investigación y el análisis de políticas públicas, el diseño y la implementación de proyectos de desarrollo social y la generación de conocimiento para luchar contra la pobreza por medio del desarrollo” quienes están llevando a cabo un proyecto en el corregimiento el Totumo de San Juan del Cesar para evaluar y analizar el potencial turístico de la zona con la participación de la comunidad como apoyo al desarrollo turístico de forma responsable con el medio ambiente y las personas.

Seguridad

De acuerdo al Informe Socioeconómico realizado por la Cámara de Comercio (2017), los indicadores sobre la seguridad en el departamento demuestran la situación de aumentos y reducciones de algunos delitos en general. Estos indicadores fueron:

Tabla 35. Indicadores de seguridad departamentales

Delitos	2015	2016	Variación	%
Homicidios comunes	185	200	5	8
Lesiones personales	1034	1017	-17	-2
Delitos sexuales	261	205	-56	-21
Violencia intrafamiliar	579	553	-26	-4
Secuestro	6	3	-3	-50
Extorsión	112	107	-5	-4
Terrorismo	7	4	-3	-43
Hurto a personas	714	895	181	25
Hurto a residencias	221	306	85	38
Hurto a comercio	345	360	15	4
Hurto a automotores	146	202	56	38
Hurto a motocicletas	857	1008	151	18
Hurto a bancos	2	3	1	50
Hurto piratería terrestre	5	3	-2	-40
Hurto abigeato	96	93	-3	-3
Homicidios en a/t	88	78	-10	-11
Lesiones en a/t	283	213	-70	-25

Fuente: Informe Socioeconómico de la Cámara de Comercio 2017.

De forma particular, en los municipios de la Baja Guajira se presentó una tasa de 12,98 homicidios por cada 1.000 habitantes según el Sistema de Información Estadístico Delincuencial, Contravencional y Operativo (SIEDCO) de la Policía Nacional para el año 2015. Esto haría referencia al 7% del departamento. De acuerdo a este mismo sistema de información, en ese año se presentaron 69 casos de abigeato (robo del ganado) en estos municipios que, comparado con el departamental, representó el 72%.

Según lo expresado en los diferentes planes de desarrollo municipales, se hace necesario crear e implementar en cada uno un Plan Integral de Seguridad y Convivencia Ciudadana para establecer pautas en cuanto a la seguridad y convivencia ciudadana. Puede decirse que en estos municipios se vive de forma tranquila, pero se debe trabajar en la reducción de la delincuencia común ya que es la que más afecta la seguridad.

En municipios como Fonseca y Urumita se hace mención a aspectos del conflicto armado. En el primero se hace referencia a las víctimas mujeres que este dejó y en el segundo a la importancia de la integración de los reinsertados a la sociedad. Ante esta información, cabe anotar que en Fonseca se ubica uno de los campamentos de transición para personas desmovilizadas del otrora FARC, en Pondores. Es un Espacio Territorial de Reinserción y Capacitación a cargo de la Cooperativa Multiactiva para la Paz de Colombia (Coompazcol) a donde llegó el SENA con cursos de piscicultura, agricultura y sastrería, y algo de sistemas y de cocina en año 2017 con el fin de brindar herramientas para comenzar proyectos productivos como parte del proceso de reinserción de estas personas a la sociedad.

2.4. Mapa de actores

La gestión del turismo requiere de un conjunto de actores cooperantes entre sí para lograr el desarrollo máximo del potencial de un destino. El actuar en sinergia de estos actores permite y facilita la consecución de objetivos en común para el beneficio de todos los implicados cualesquiera que sean sus intereses particulares. Se requieren elementos como la efectiva y asertiva comunicación y el trabajo en conjunto para convertir el turismo en una fuente de mejora de condiciones de vida no solo económicamente sino como actividad que ayuda a la conservación del ambiente, que une a la comunidad en torno a intereses en común y como promotor de la cultura local.

Por ello, se han identificado un conjunto de actores en el territorio de la zona Sur de La Guajira en diferentes roles para lograr el impulso del turismo en la región. Se han clasificado en seis grupos: comunidad, institucional, privado, fundación / ONG, financiador y agremiación. El primero se refiere a aquellas organizaciones de base comunitaria y personas que promueven el bien común a través de acciones relacionadas con actividades turísticas (artesanías, guianza, artistas vallenatos, entre otras). El segundo grupo se relaciona con las entidades de carácter gubernamental con incidencia en la zona que a través de sus acciones de planeación y coordinación del territorio en distintos niveles (nacional, departamental y municipal) establecen parámetros de diversa índole (seguridad, política, territorial, social, económica, educación, entre otras) relacionados con la actividad turística. Además de aquellos espacios creados por estas instituciones enfocados en la promoción de la cultura local como las casas de la cultura de los municipios.

El grupo relacionado con la categoría privado se caracteriza por tener empresas locales prestadoras de servicios turísticos y aquellas con fines de lucro relacionadas directa e indirectamente con la prestación de servicios para los turistas. El cuarto grupo (fundación/ONG) hace referencia a las entidades sin ánimo de lucro que a través de proyectos trabajan por el desarrollo de la comunidad con acciones de particulares.

Como parte de los entes financiadores se encuentra INNpalsa como promotor de la competitividad, rol compartido con entidades del grupo catalogado como agremiación ya que por medio de sus acciones encuentran formas de generar beneficios colectivos.

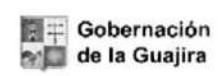
De cada uno de estos actores se ha identificado su rol general y su incidencia en el proyecto. Además, se ha identificado un nivel de importancia de acuerdo con su relación con el turismo y su nivel de implicación e impacto en la consecución de lo propuesto en el presente proyecto.

Tabla 36. Mapa de actores.

Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
I. Comunidad	Artesanos	La labor manual que realizan va ligada a la cadena productiva de turismo por ofrecer <i>souvenirs</i> a los turistas, siendo personas o microempresas que venden productos a base de fique (mochilas, hamacas, accesorios) o de llantas recicladas (materas). Son reconocidos por el 'voz a voz', las ventas que hacen a través de los establecimientos de alojamiento y durante las ferias que se desarrollan en los diferentes municipios, pero no tienen un establecimiento de comercio físico donde realicen el proceso de venta de sus productos. El fique es un material que ha acompañado la historia de la región y puede ser potencializado desde lo que ha representado para la comunidad. Al involucrarse con productos más representativos del folclor vallenato o de lo que se ofrece como producto turístico, pueden darle un valor complementario a la oferta de la región.	BAJA
I. Comunidad	Artistas	Cantantes, compositores, acordeoneros, grupos, son la historia viva representante de la cultura vallenata de la región. Muchos de ellos han conocido o han sido amigos de personajes representativos del vallenato como Diomedes Díaz o Leandro Díaz. Algunos han participado en los festivales o compiten en los concursos que se hacen en los municipios cada tanto. También está la Fundación Musical de Maestros de Fonseca y el Instituto de Acordeón en Urumita, entidades que velan por la articulación de los artistas o por promulgar componentes clave del folclor vallenato.	ALTA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		<p>En el Molino, por su parte, está la comunidad indígena Cariachil (reconocidos por el MinInterior en la resolución 061 del 15 de junio del 2018), que ha creado grupos de vallenato que demuestran cuán representativa es la cultura vallenata en la región.</p> <p>Al articularse con los prestadores turísticos y con la oferta local, se garantizan componentes diferenciadores y representativos de la región.</p>	
I. Comunidad	Asociaciones comunitarias de turismo	<p>Son aquellas asociaciones conformadas por personas de la comunidad con intereses en común en torno al turismo u otra actividad económica o social. Por medio de estas asociaciones han encontrado una forma de organizarse para actuar en beneficio común para impulsar el desarrollo, bien sea a nivel municipal o regional. Entre estas se encuentra la Red de Turismo de Urumita a través de la cual se promueve la formación de intérpretes locales con el fin de contar con personas capacitadas para realizar recorridos por los diferentes atractivos turísticos del municipio aprovechando su conocimiento sobre estos lugares.</p> <p>Otra de las organizaciones que se debe tener en cuenta es la Asociación Empresarial y Novedosa Turística del Totumo encargada de gestionar el turismo en este corregimiento del municipio de San Juan del Cesar en torno a la gastronomía y los prestadores de servicios turísticos relacionados con esta. Además, busca promover e impulsar la formación de intérpretes locales jóvenes conocedores del lugar.</p> <p>Finalmente, la Asociación de Mujeres Cafeteras del Perijá (AMUCAFEP) cumple el rol de reunir a aquellas mujeres encargadas de diferentes fincas productoras de café con interés en desarrollar el turismo en su territorio relacionando esta producción con aspectos culturales y con el folclor vallenato.</p> <p>Dichas organizaciones de base comunitaria permiten conocer el nivel de empoderamiento de las personas locales y el interés por trabajar de mejor forma en el ámbito turístico al percibirlo como una actividad económica alternativa en su modo de vida que posibilita la conservación ambiental y la revaloración de la cultura. Por ende, son actores con quienes se</p>	ALTA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		requiere trabajar de forma articulada para llevar a cabo acciones concretas de turismo en el territorio.	
I. Comunidad	Resguardos indígenas Wiwa, Wayúu, Cariachil	Cada uno representa una parte de la historia de la región, han vivido diversos procesos para ser reconocidos o para consolidarse en un espacio determinado. Los Wiwa, por ejemplo, son uno de los cuatro grupos amerindios que habitan ancestralmente la Sierra Nevada de Santa Marta, y en San Juan del Cesar está 'Achintuhkua' su capital. El municipio de Fonseca está creando un proyecto para involucrar a estas comunidades al turismo, no obstante, se requieren procesos de consulta previa para ello, lo cual no está previsto en este proyecto.	MEDIA-ALTA
I. Comunidad	Coompazcol-Cooperativa Multiactiva para la Paz de Colombia	Cooperativa con incidencia en el Espacio Territorial de Reinserción y Capacitación de Conejo, Fonseca donde excombatientes guerrilleros buscan alternativas de vida en su proceso de reincorporación a la sociedad a través del aprendizaje de diferentes actividades agropecuarias y turísticas. Para ello se ha creado una granja integral donde se dedican a: trabajar en diversas unidades productivas, realizar el montaje de un museo de memoria histórica y capacitarse en temas como el aviturismo. Cumple el papel de permitir materializar los objetivos de los Acuerdos para la Terminación del Conflicto y es un nuevo actor en la comunidad que busca impulsar el turismo en esa zona del departamento, motivo por el cual incluirlos en el desarrollo del turismo contribuye a la formación y consolidación de un territorio en paz.	MEDIA
I. Comunidad	Líderes comunitarios	Personajes clave al momento de empoderar iniciativas locales que se integren a los procesos turísticos de la zona. Son un canal directo con la comunidad, que pueden aportar en aspectos de sostenibilidad cultural-social, al ser voceros de sus intereses y necesidades. En San Juan del Cesar hay líderes interesados en las propuestas turísticas que se quieren desarrollar, lo cual aumenta la credibilidad de la comunidad en este tipo de procesos y facilita su apertura a cambios que impacten positivamente su entorno.	MEDIA
II. Institucional	Gobernación de La Guajira	Ente gubernamental a cargo de la administración de todos los aspectos del	ALTA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		<p>departamento en pro del desarrollo económico y social del territorio. Es la entidad encargada de plantear y direccionar las líneas de acción por las cuales se desarrolla el turismo departamental a través de la Dirección de Turismo, además de llevar a cabo lo planteado en el Plan de Desarrollo Turístico de La Guajira 2012 – 2015.</p> <p>Por medio de su gestión es posible conseguir recursos destinados a la actividad turística y debido a sus proyecciones visiona el departamento en función del “turismo rural, étnico, cultural, de aventuras y de Posconflicto” (Gobernación de La Guajira, s.f., párr. 2).</p> <p>Su importancia radica en ser la entidad que dirige la actividad turística y facilita espacios para la creación de lineamientos turísticos con participación ciudadana para conocer las realidades comunitarias y, a partir de ello, establecer acciones concretas que pueden ser financiadas a nivel departamental o nacional para la mejora de las condiciones de la población.</p>	
<p>II. Institucional</p>	<p>Alcaldías de La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar, Distracción, Fonseca y Barrancas</p>	<p>Son los entes municipales que establecen los parámetros y las acciones que se deben llevar a cabo en función de garantizar condiciones de vida adecuadas para la población a partir de los planes de desarrollo que elaboran y ejecutan durante los periodos correspondientes.</p> <p>Se convierten en actores con alta incidencia e influencia en el desarrollo de la actividad turística ya que, a partir de la gestión relacionada con esta, se da o no prioridad al desarrollo turístico de cada municipio. Es por ello que, de acuerdo a la voluntad política y al enfoque de turismo de cada administración municipal, se logran concretar ciertas acciones que promueven el progreso turístico. Para ello, también se requiere contar con el apoyo de los Concejos municipales como principales veedores del cumplimiento de los intereses de la comunidad y quienes aprueban o desaprueban las acciones de la Alcaldía.</p>	<p>ALTA</p>
<p>II. Institucional</p>	<p>CorpoGuajira</p>	<p>En los 8 municipios focalizados hay un total de 6 áreas protegidas reconocidas por el Registro Único Nacional de Áreas Protegidas. La labor de</p>	<p>MEDIA</p>



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		<p>Corpoguajira como entidad encargada de administrar estos recursos naturales, implica acompañamiento en la creación de los POT municipales, y en la definición de las actividades que se pueden desarrollar en las diferentes áreas de interés, lo cual tiene un efecto directo en las actividades turísticas que allí se realicen. Siendo el Sur de La Guajira reconocido por su recurso hídrico y otros espacios naturales, es clave el trabajo articulado con esta entidad para desarrollar planes de manejo que permitan la conservación de los ecosistemas donde se realizan actividades turísticas.</p>	
II. Institucional	Casas de la cultura de La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar, Distracción, Fonseca y Barrancas	<p>Generan un aporte dentro del componente vallenato como espacios de creación, de encuentro de artistas, de aprendizaje, de divulgación de nuevas propuestas y, en general, de aporte a los procesos artísticos de cada municipio.</p> <p>La apropiación de estos espacios por parte de la comunidad permite generar propuestas nuevas para los turistas.</p>	ALTA
II. Institucional	Policía: distritos 1 y 2	<p>La Policía Nacional de Colombia es la entidad encargada de velar por la seguridad de los ciudadanos para garantizar su integridad y facilitar la convivencia ciudadana. Como parte de sus compromisos está el asegurar la integridad de cualquier persona que se encuentre en el territorio colombiano, por ello cumplen un papel fundamental en el turismo. Su presencia en distintos lugares turísticos genera la sensación de seguridad.</p> <p>En la zona sur del departamento se convierte en un actor que garantiza las condiciones aptas para la visita de atractivos turísticos a pesar de no contar con Policía de Turismo.</p> <p>Su gestión se lleva a cabo por medio de los Distritos 1 y 2 con influencia en estos municipios de la siguiente forma:</p> <p>D1: La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino, San Juan del Cesar.</p> <p>D2: Distracción, Fonseca y Barrancas.</p> <p>Son parte fundamental entre los actores de apoyo en la actividad turística ya que además de velar por las personas, se convierten en promotores del cuidado de los atractivos turísticos, en especial aquellos ubicados en espacios al aire libre.</p>	MEDIA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
II. Institucional	Concejos municipales	<p>Constituye el espacio donde se discuten y analizan los problemas del municipio y se dan las orientaciones políticas, administrativas y económicas específicas para atender las necesidades básicas de la población. Dentro de sus funciones está aprobar los planes y programas de desarrollo económico y social y de obras públicas, y expedir anualmente el presupuesto de rentas y gastos.</p> <p>La articulación público-privada implica que los esfuerzos en turismo estén dirigidos hacia el mismo objetivo y que desde los concejos reconozcan la importancia del desarrollo turístico en la región.</p>	MEDIA
II. Institucional	Universidad de La Guajira	<p>Es la institución de educación superior con mayor cobertura en el departamento. Su sede principal se encuentra en Riohacha, en el Sur de La Guajira se encuentra en el municipio de Fonseca.</p> <p>Oferta distintos programas de pregrado y posgrado. Con relación al turismo están:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El pregrado en Administración Turística y Hotelera. - La maestría en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible. - El diplomado en Gestión de Turismo Sostenible. Lanzamiento en mayo de 2018. <p>El diplomado fue una iniciativa entre distintas entidades (Cámara de Comercio de La Guajira, la Comisión Regional de Competitividad, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Red Nacional de Agencias de Desarrollo Local de Colombia (Red Adelco) y el Programa de Administración Turística y Hotelera de la misma universidad) y fue financiado con recursos de la Unión Europea.</p> <p>Como institución educativa con programas relacionados con turismo y otras disciplinas es un actor aliado con el cual se pueden desarrollar proyectos educativos y de investigación en torno a los productos turísticos de esta zona del departamento vinculando a estudiantes en diferentes iniciativas de tal forma que la academia se convierta en un complemento para el turismo.</p>	MEDIA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
II. Institucional	Secretarías de planeación, turismo y cultura departamental y municipales	Son las responsables de la gestión del territorio desde distintos puntos de vista, incluyendo el turismo. Formulan proyecto, gestionan recursos y ejecutan programas que promuevan la competitividad del territorio. Son actores clave que actúan como intermediarios para conciliar entre las necesidades de las comunidades y la ejecución de proyectos sobre temas específicos que las satisfagan. Facilitan espacios de conciliación entre diversos actores y articulan procesos territoriales de intereses diferentes relacionados directa e indirectamente con el turismo, por ello son parte fundamental de la gestión turística. Su importancia	MEDIA-ALTA
II. Institucional	SENA	El Servicio Nacional de Aprendizaje, es la entidad que presta servicios de formación técnica y tecnológica a los colombianos en diferentes áreas del conocimiento. Con ello busca desarrollar el talento humano en Colombia en diferentes estratos socioeconómicos. Se convierte en un aliado en los proyectos turísticos ya que adapta su oferta educativa a las condiciones y requerimientos de la población, en este caso a los prestadores de servicios turísticos en aspectos como servicio al cliente, guianza, idioma inglés, entre otros que necesitan las personas del sector. En la regional Caribe cuenta con una oferta relacionada con turismo: <ul style="list-style-type: none"> • Atención y servicio al cliente • Etiqueta y protocolo servicio en la mesa • Curso de mesa y bar • Curso de organización de eventos • Manejo de información turística y regional • Reserva hotelera • Turismo y recreación • Contextualización del turismo comunitario 	MEDIA-ALTA
II. Institucional	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Actúa por medio del Viceministerio de Turismo en temas relacionados con este sector. Su rol es determinante al ser el encargado de priorizar recursos y dar lineamientos orientadores para el turismo en las entidades territoriales. A través de Viceministerio busca crear alianzas entre el sector público y el sector privado para gestionar de forma efectiva el turismo, su competitividad y sostenibilidad	MEDIA-ALTA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		velando por promocionar a Colombia como destino turístico internacional.	
II. Institucional	Fondo Nacional de Turismo – FONTUR	Es la entidad encargada de administrar los recursos de las contribuciones parafiscales que realizan los prestadores de servicios turísticos del país. Su gestión consiste en apoyar financieramente proyectos turísticos presentados por entidades territoriales y empresarios. Su mayor contribución es brindar los recursos económicos suficientes para temas de competitividad, mejora de infraestructura y la promoción y mercadeo de los destinos turísticos beneficiando a las comunidades locales de estos.	MEDIA-ALTA
II. Institucional	ProColombia	Es la entidad que promueve a Colombia como destino turístico a nivel internacional. La información que recopila y los estudios que publica son útiles para la toma de decisiones desde el punto de vista de las tendencias de los diferentes mercados. En las diferentes regiones imparte programas de formación exportadora a empresarios del sector y apoya la comercialización de productos en el exterior. Dado que el turismo se ha convertido en una prioridad para la economía del país, esta entidad es un aliado para visibilizar las experiencias turísticas de la zona. La oficina más cercana está ubicada en Valledupar y tiene como socios estratégicos a la Cámara de Comercio de Valledupar, a UniCesar y al SENA.	ALTA
II. Institucional	Ministerio de Cultura	Encargado de proteger, conservar y difundir el patrimonio cultural tangible e intangible del país. Su acción y contribución en el sur del departamento está ligada a la preservación del vallenato y del Sistema Normativo Wayuu aplicado por el PutchipOi'Oi (Palabrero) como parte del Patrimonio Cultural Inmaterial del ámbito nacional por medio de sus planes de salvaguarda. Por esta razón se convierte es un aliado importante para la ejecución y el apoyo de proyectos relacionados con la diversidad cultural y musical junto a las comunidades locales. A través de su visión desde el ámbito cultural permite dar otra perspectiva al turismo y trabaja por mitigar sus impactos en la cultura.	MEDIA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		Además, es un actor con el cual se pueden lograr espacios de articulación para el fomento y divulgación de la cultura en el Sur de La Guajira.	
III. Privado	Establecimientos de alojamiento y hospedaje.	<p>Son actores claves como parte de la cadena de valor del turismo en cada uno de los municipios, por ende, cumplen un rol fundamental en la experiencia de los turistas al ser parte de los factores que cumplen con las expectativas que estos tienen de un destino. Es por ello que cumplir con estándares de calidad y brindar un servicio óptimo se convierten en criterios de selección para viajar o no a un lugar.</p> <p>Además, estos establecimientos permiten la recolección de la información sobre los perfiles de los turistas convirtiéndose en insumos para a la toma de decisiones relacionadas con el tipo de productos turísticos que se deben o no desarrollar en un destino.</p> <p>En esta zona del departamento se resaltan los EAH de los municipios de Fonseca y San Juan del Cesar, convirtiéndose en centros de llegada y pernoctación con hoteles como Casa Murillo y Arisuan.</p> <p>Como parte de la cadena de valor del turismo generan empleo y contribuyen a la dinamización económica del turismo.</p>	ALTA
III. Privado	Establecimientos de gastronomía.	<p>Representan un componente esencial del desarrollo turístico, y potencializan las tradiciones culinarias o culturales en torno a la gastronomía. En algunos balnearios de la región las pasadías se ofrecen gracias a la presencia de establecimientos gastronómicos.</p> <p>La apropiación de criterios de calidad y sostenibilidad fortalecería los productos turísticos y el reconocimiento de estos.</p>	ALTA
III. Privado	Agencias de viaje.	<p>De ellas depende la comercialización de los productos turísticos de la zona, son ellas el canal entre los turistas y las experiencias que se pueden vivir allí. La perspectiva que tienen de los visitantes les da una mirada más amplia de la demanda actual y potencial, para crear nuevos planes que cubran las necesidades y expectativas de quienes llegan a este territorio. Provincia Tours y Corporación Por Ti Colombia, como las únicas agencias locales son quienes tienen mayor incidencia en la comunidad, por lo cual su papel es muy importante en el desarrollo y consolidación de los productos turísticos.</p>	ALTA



Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		Por su parte, las agencias que actualmente tienen los planes de rutas vallenatas en la zona o que están interesadas en desarrollar nuevos que involucren a los 8 municipios son quienes potencializarán los esfuerzos locales para dar a conocer la región en nuevos mercados.	
III. Privado	Gestor local de cultura vallenata	<p>El hecho de que los 8 municipios focalizados tengan juglares, compositores, acordeoneros y representantes de la cultura vallenata desde sus inicios, ha llevado a la comunidad a hacer parte de esta historia y transmitirla en sus relatos, experiencias, o labores hasta el punto de acondicionar algunas de sus casas para mostrar objetos, fotografías y reconocimientos que giran en torno al vallenato.</p> <p>De igual manera, con el pasar de los años los festivales con piquerías, concursos, parrandas y presentaciones que involucran el folclor vallenato no han dejado de desarrollarse, por el contrario, se han fortalecido y consolidado como referente en la región, como el caso del Festival Cuna de Acordeones, organizado por La Fundación Festival Cuna de Acordeones</p> <p>Quienes gestionan estos lugares y eventos son los que dan a conocer el pasado y el presente de esta cultura, y quienes le dan continuidad y valor. La articulación de cada uno de estos espacios, paralelo a un proceso de fortalecimiento en calidad y aspectos diferenciadores, es un punto clave para darle sentido al producto turístico.</p>	ALTA
III. Privado	Empresas de transporte municipal	<p>Entre estos actores se debe hacer mención tanto a los transportes intermunicipales como internos en los municipios. Cumplen un papel fundamental ya que facilitan u obstaculizan la llegada a cierto lugar, por ello, contar con sus servicios se convierte en un foco para la actividad turística.</p> <p>A la prestación del servicio se añade las condiciones en las que se realiza ya que de ello depende la experiencia del visitante o turista en el destino. Motivo por el cual articularlas para mejorar las condiciones y garantizar la seguridad de las personas al transportarse es parte importante del fortalecimiento del sector turístico en los municipios.</p>	ALTA
IV. Fundación/ONG	Fundación Cerrejón	Hace parte de la estrategia de responsabilidad social de la Mina del Cerrejón en Barrancas, se	BAJA



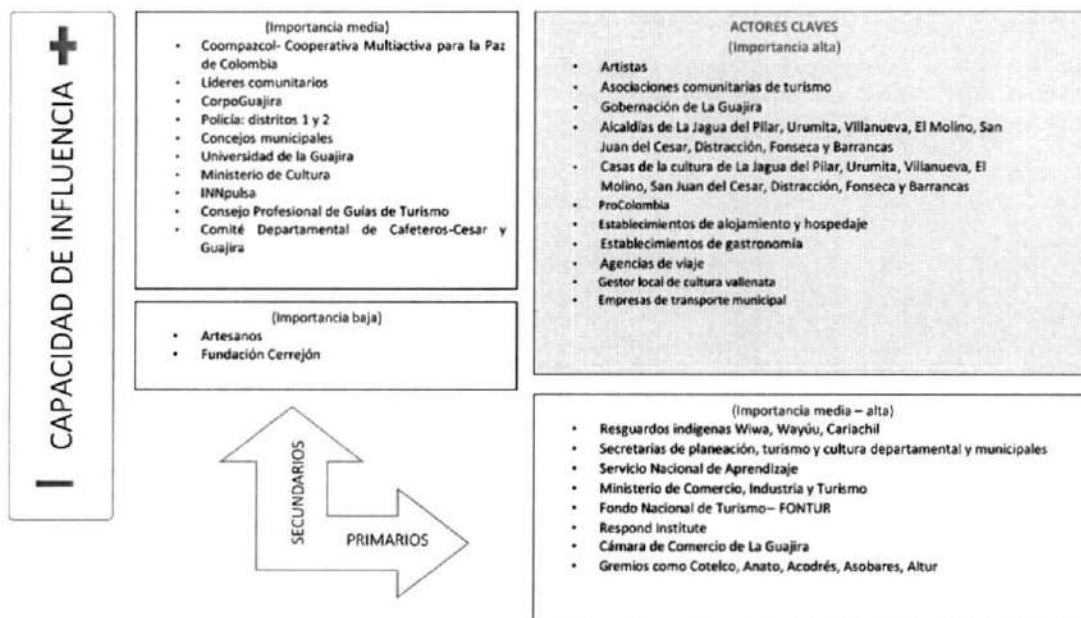
Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
		<p>enfoca en iniciativas de soluciones sostenibles del recurso hídrico, preservación de la tradición ancestral indígena, fortalecimiento de instituciones comunitarias, empresariales y del sistema productivo wayúu, y en la promoción de proyectos estratégicos que generen nuevas inversiones y empleo en la región.</p> <p>Se pueden convertir en aliados para proyectos enfocados en el cuidado de las fuentes hídricas y en la promoción de proyectos estratégicos que involucren el turismo en la región, lo cual aportaría a la generación nuevos empleos y atrayendo nuevas inversiones.</p>	
IV. Fundación/ONG	Respond Institute	<p>ONG que contribuye con investigación y desarrollo de políticas que aumenten el bienestar y la calidad de vida de población vulnerable. Actualmente tiene un proyecto en el corregimiento de El Totumo, San Juan del Cesar desarrollando un plan de desarrollo sostenible con una comunidad afectada por el conflicto armado en Colombia.</p> <p>Aportan en el fortalecimiento de la comunidad que complementa las acciones en torno al turismo que se desarrollarían en la región, y pueden impulsar nuevas propuestas locales o la creación de diferentes experiencias.</p>	MEDIA-ALTA
V. Financiadore	INNpulsa	<p>Es una entidad del Gobierno Nacional que promueve el emprendimiento, la innovación y la productividad para mejorar la competitividad del país.</p> <p>Dentro de los servicios que ofrece están las estrategias de financiación desde una mirada global de cada negocio. Sus programas buscan facilitar el acceso de los empresarios a nuevos mercados, fortalecer las capacidades regionales y las habilidades digitales para usar eficientemente las TIC.</p>	MEDIA
VI. Agremiación	Consejo Profesional de Guías de Turismo	<p>De conformidad con lo establecido en el Decreto 503 de 1997, Artículo 11, este consejo debe velar por el desarrollo y adecuado ejercicio de la profesión de guías turísticos, además de expedir las tarjetas profesionales que así los certifiquen.</p> <p>Junto al SENA son aliados clave para certificar a los guías turísticos. Debido a la importancia del segundo idioma para lograrla, la articulación debe hacerse garantizando este aprendizaje.</p>	MEDIA

Grupo	Agente	Expectativas	Prioridad
VI. Agremiación	Comité Departamental de Cafeteros-Cesar y Guajira	<p>Representan la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. A través de su gestión se han llevado a cabo proyectos de fortalecimiento de procesos de producción del café en la zona del departamento. Representa a los municipios de La Paz, Valledupar, Pueblo Bello, Agustín Codazzi, Aguachica, La Jagua Ibirico en el Cesar y Villanueva, Barrancas y Fonseca en La Guajira. Su labor se ha enfocado en fortalecer el tejido social y revalorar la cultura de los campesinos cafeteros en esta zona del país.</p> <p>Son un aliado importante de articulación con otros sectores productivos de la zona y para aprovechar el potencial con relación al café y su cultura.</p>	MEDIA
VI. Agremiación	Cámara de Comercio de La Guajira	<p>Entidad gremial encargada del desarrollo empresarial y social del departamento y la competitividad regional.</p> <p>Entre sus funciones se encuentra el realizar estudios sobre la situación general del departamento con miras a brindar información para la toma de decisiones, especialmente para los empresarios.</p> <p>Su labor en el turismo, al ser un sector relevante en el departamento, pero con falencias de formalidad entre los empresarios, es brindar apoyo en el proceso de formalización y legalización de emprendimientos locales, además de brindar herramientas para su fortalecimiento.</p> <p>De esta forma se convierte en un aliado que promueve la mejora de las condiciones de la prestación de servicios turísticos lo que conlleva a incrementar los niveles de calidad y brindar mejores experiencias a los visitantes o turistas.</p>	MEDIA-ALTA

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.



Ilustración 29. Esquema del mapa de actores.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

3. Análisis FODA

Este análisis es útil para tener una fotografía del diagnóstico detallado que se presentó anteriormente. En cada uno de los cuadrantes de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, se tienen en cuenta los aspectos relacionados con los atractivos y recursos de la región, la disposición e interés de los diversos actores involucrados directa e indirectamente en el turismo, los servicios turísticos prestados en los municipios, la infraestructura de la región necesaria para desarrollar la actividad turística, la demanda, la oferta de productos y la promoción.

De esta manera, y como se observa en la ilustración, las fortalezas y debilidades están directamente relacionadas con aquello en lo que se puede influir desde adentro, que es controlable, se pueden potenciar (fortalezas) o requieren acciones para mejorar (debilidades). Por su parte, las oportunidades y amenazas dependen de factores externos que no son controlables por el destino, por lo cual requieren observación y estrategias para aprovecharlos (oportunidades) o acciones para mitigarlos (amenazas).

Ilustración 30. Matriz FODA

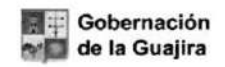


A continuación, se presenta la matriz FODA del sur de La Guajira:



El progreso es de todos

Mincomercio



- El vallenato es la esencia cultural de la región, es articulador y es la mezcla de tres razas que actualmente conviven en el territorio.
- Atractivos turísticos mencionados en canciones vallenatas.
- Museos y casas museo resaltan riqueza cultural local.
- Festivales representativos de la cultura local que facilitan el intercambio cultural y satisfacen a los turistas.
- Fuentes hídricas uno de los principales atractivos.
- Tradiciones gastronómicas son atractivo turístico.
- Interés gubernamental por el cuidado de ecosistemas locales a través de áreas protegidas y por desarrollar turismo local en algunos municipios.
- Historia cafetera rescatada por asociaciones de mujeres locales para desarrollar producto turístico.
- Presencia de asociaciones o redes comunitarias con interés en desarrollar turismo.
- Iniciativa turística en el Espacio Territorial de Reinserción y Capacitación de Fonseca.
- Oferta hotelera de calidad en San Juan del Cesar.
- Conectividad vial, entre municipios y con Valledupar, adecuada para hacer circuitos.
- Programas académicos con enfoque turístico en la Universidad de la Guajira.
- Gasto promedio por turista en festivales superior al gasto promedio por turista en otras épocas del año.
- Existen agencias de viaje impulsando el turismo en la región (incluyen vallenato, algunas con mercado extranjero de alto nivel).

Fortalezas

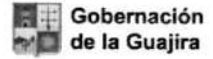
- Desaprovechamiento de atractivos turísticos, falta de protocolos de seguridad, deterioro y dificultad en acceso a zonas rurales.
- Falta de apoyo a iniciativas que exaltan la cultura (festivales, museos).
- Percepción negativa hacia Valledupar por el tema del vallenato.
- Entidades territoriales no visualizan réditos del sector turístico.
- Desinterés en nuevas generaciones por cultura vallenata tradicional.
- Falta de claridad sobre el desarrollo del turismo desde los diferentes actores (públicos y privados).
- Oferta turística informal, con pocos parámetros de calidad y prácticas sostenibles.
- Establecimientos de hospedaje ubicados en zonas comerciales (desorden) y concentración oferta en SJC.
- Transporte intermunicipal informal y sin horario nocturno o de alto costo.
- Inexistencia de guías formales y bilingües.
- Dificultad y altos costos para conseguir ingredientes relacionados con la gastronomía típica de la zona.
- Necesidad de organización turística territorial y señalización.
- Baja cobertura educativa, de salud, de internet, de acueducto y alcantarillado.
- Mala conectividad vial entre Riohacha y el sur de La Guajira.
- Falta de claridad de prestadores sobre los segmentos de mercado.
- No se identifica a La Guajira con el vallenato.
- Falta de presencia en medios virtuales (destino y prestadores).
- Faltan experiencias con una generación de valor alta y que generen recordación.

Debilidades



El progreso es de todos

Mincomercio



- Potencial para desarrollar turismo como complemento al desarrollo cafetero en la zona de la SNSM y la Serranía del Perijá que son cunas del café colombiano.
- Zonas protegidas con potencial de desarrollo turístico sostenible.
- Agencias de viajes interesadas en comercializar productos turísticos de la región.
- Posibilidad de complementar los paquetes turísticos de los visitantes que llegan a la Alta Guajira con el sur de La Guajira a modo de circuito.
- Presencia de ONGs en el territorio con recursos para proyectos comunitarios sostenibles que pueden impulsar el desarrollo turístico.
- Voluntad política de orden nacional para desarrollar turismo en el departamento.
- Posibilidad de beneficiarse del turismo como medio para dinamizar la comercialización de productos de la región (artesanías).
- Aumento de turistas por incremento de frecuencias de vuelos en aeropuertos de Santa Marta, Riohacha y Valledupar que pueden ser atraídos hacia el destino.
- Posibilidad de atraer nuevos mercados por la declaratoria del Vallenato como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2015).
- Aprovechar la permanencia promedio de turistas extranjeros en Colombia de 11 días para atraerlos al territorio.
- Brasil, Cuba y Colombia están ubicados en los tres primeros lugares de destinos que tienen la música como motivación para viajar, lo cual es una ventaja para atraer turistas al destino.
- Turistas internacionales musicales interesados en experiencias personalizadas, relacionadas con festivales, conciertos, historia de artistas o clases de música, lo cual abre la posibilidad de impulsar el turismo musical desde Procolombia, priorizando el vallenato en el sur de La Guajira.
- Posibilidad de atraer turistas desde Valledupar aprovechando su posicionamiento en torno al vallenato.
- Mercados potenciales internacionales en Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Francia, España y Alemania. Nacionales, en Bogotá, Santanderes, Santa Marta, Antioquia y Atlántico.
- Potencial aprovechamiento de la Ruta Aires Vallenatos creada por MinCIT para la promoción del sur de La Guajira.
- Producción y posicionamiento de las novelas de Rafael Orozco y Diomedes Díaz en tv que pueden ser aprovechadas para impulsar el desarrollo turístico en la región.
- Posibilidad de aprovechar el reconocimiento internacional de Gabriel García Márquez y su relación con el vallenato para posicionar el destino.
- Posibilidad de promocionarse conjuntamente como la Provincia del Valle de Upar.
- Potencial aprovechamiento del reconocimiento por "producción de café de calidad" de la FNC (presencia del comité en 3 municipios) para posicionarse en nuevos mercados.
- Posibilidad de desarrollar el turismo cultural (TC) y el turismo de naturaleza en la región, en línea con la apuesta nacional de estas tipologías como productos de alto potencial en Colombia y con la posición del país en el tercer lugar como destino de TC según OMT.

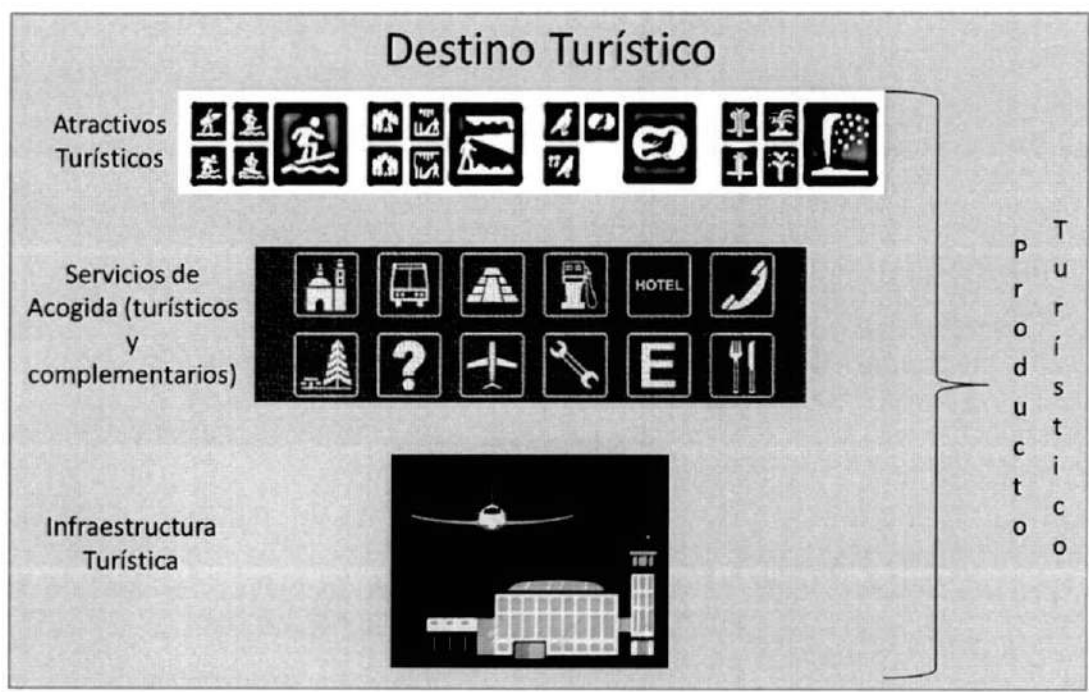
Oportunidades

- Desaparición de atractivos naturales por altas temperaturas y falta de cuidado.
- Escasez de agua potable por baja pluviosidad.
- Aculturación y efectos inflacionarios por llegada del turismo.
- Ruptura del Valle de Upar por situaciones políticas y económicas.
- Sector minero posible rival del desarrollo turístico.
- Bajos ingresos per cápita.
- Desplazamiento de oferta local por llegada de empresas con experiencia en logística y operación turística.
- Intermitencia en la prestación del servicio de energía.
- Turismo masivo atraído por empresas externas.
- Generación de focos de inseguridad con la llegada de altos flujos turísticos.
- Saturación de atractivos con la llegada de altos flujos turísticos.
- Promoción del vallenato en el país excluyendo a esta región.
- Desarrollo de productos turísticos musicales con mayores niveles de calidad en otros destinos de Colombia.

Amenazas

4. Conceptualización y diseño del producto turístico cultural

Ilustración 31. Elementos del producto turístico.



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018.

Un destino turístico es el lugar al que los turistas llegan o quieren llegar para disfrutar de su tiempo libre. Para llegar a ser un destino turístico, un territorio tiene que tener, como mínimo, atractivos turísticos, es decir, aquellos factores que atraigan al turista para desarrollar algún tipo de actividad de manera pasiva o activa. Sin atractivos, un territorio no sería un destino turístico. Ahora bien, una vez se tienen identificados los atractivos turísticos, un destino debe proporcionar una serie de servicios para que el turista pueda disfrutarlos, algunos desarrollados principalmente para esto (hoteles, restaurantes turísticos) y otros que no son exclusivamente para el turismo pero que pueden servir de apoyo, tales como los cajeros electrónicos, droguerías, entre otros. Adicionalmente a esto, se requiere de una infraestructura de base que permita el adecuado desarrollo de la actividad turística, tal como vías de acceso adecuadas y en buen estado, terminales de transporte aéreo / terrestre, así como sistemas de alcantarillado, acueducto, energía eléctrica, agua potable, como también de soporte como hospitales, entre otros.



Cuando un destino turístico dispone de atractivos, servicios de acogida y una infraestructura turística, tiene todos los elementos para diseñar y comercializar productos turísticos que, al final, se transformen en experiencias para los turistas. Es allí donde entra la creatividad y capacidad de los destinos para identificar su público objetivo y sus necesidades de ocio y recreación, para cruzarlas con la capacidad de satisfacer dichas necesidades con su oferta. En este sentido, se requiere de esfuerzos por agregar valor y cargar de sentido la oferta turística del destino, a través de unos conceptos articuladores y una serie de actividades que hagan de la experiencia vivida, una inolvidable, donde los turistas salgan satisfechos e inviten a otros a que visiten dicho territorio.

Este capítulo está dividido en dos secciones: talleres de co-creación y diseño de producto turístico. En la primera parte se describen los talleres realizados en Fonseca, San Juan del Cesar y Urumita donde se reunieron los actores de los ocho municipios, sus resultados y conclusiones relevantes. En la segunda parte se profundiza sobre el desarrollo del diseño de producto turístico y los elementos que lo componen, lo cual es la base que estructura la propuesta creada, que a su vez es explicada en la conceptualización y las fichas de productos y subproductos. Al final se plantean una serie de recomendaciones generales para tener en cuenta como prioridad al momento de plantear las estrategias que permitan implementar los productos propuestos.

4.1. Talleres de co-creación

Para conceptualizar un producto turístico en un territorio, es muy importante contar con la participación de las comunidades locales del destino, para que sean estas las que generen ideas y se proyecten en un negocio cuyos protagonistas serán ellos mismos. En esta línea, la consultoría sirve para facilitar y dar línea en el proceso de conceptualización, por lo cual se planteó la metodología MetaSSeisom de Inmark para desarrollar los respectivos talleres en el sur de La Guajira.

4.1.1. Descripción de la metodología MetaSSeisom de Inmark

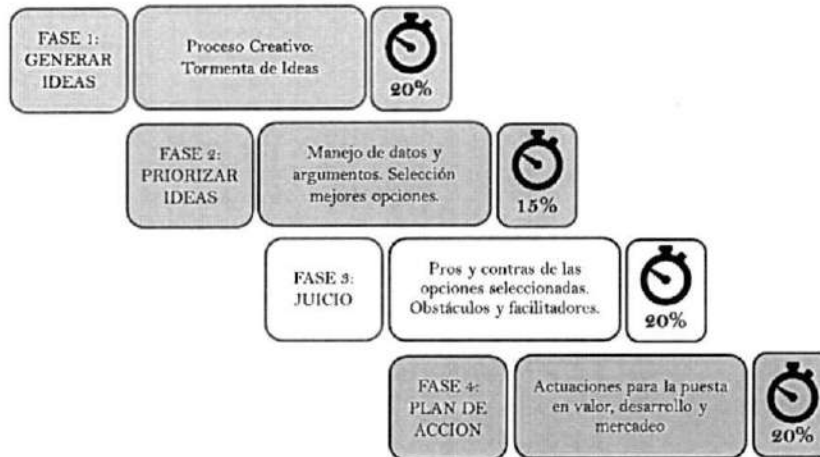
El MetaSSeisom es una herramienta híbrida entre el Metaplan y los Seis Sombreros de Edward de Bono, que sirve para orientar procesos de reflexión colectiva asociados a la inteligencia emocional grupal. Induce la exposición, el análisis, la concreción y la priorización de ideas mediante un trabajo grupal desde diferentes perspectivas, paralelo a un esquema lógico y ordenado de reflexión.

Algunas de sus principales ventajas son:

- Optimización del tiempo.
- Visualización de las herramientas utilizadas en la discusión.
- Refuerzo de aspectos coincidentes.
- Consenso previo a la toma de decisiones o definición de conclusiones.
- Generación de nuevas perspectivas.
- Autodescubrimiento: facilita encontrar soluciones individuales.
- Garantiza el debate.

Está dividido en fases estructuradas -con un color definido para cada una-, que van de lo general a lo particular:

Ilustración 32. Fases Metaseisom



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Luego del collage que se obtiene al agrupar las ideas escritas y expuestas en fichas bibliográficas, se resume el análisis y se concretan los resultados.

Como lo muestra la gráfica, se dedica un 20% del tiempo a la generación de ideas sobre las experiencias de producto; el 15% es para argumentar, seleccionar y priorizar esas ideas; otro 20% es utilizado para definir las ventajas y desventajas de las opciones seleccionadas; y un 20% se dedica a identificar las acciones necesarias para poner en valor, desarrollar y mercadear estas experiencias. El 25% del tiempo restante se usa para la introducción y el análisis de la matriz de recursos y atractivos.

En la región se desarrollaron 3 talleres donde se distribuyeron los actores de los 8 municipios (Anexo 6) de la siguiente manera:

- Grupo 1-Fonseca (17 de octubre): Barrancas, Distracción y Fonseca.
- Grupo 2-San Juan del Cesar (18 de octubre): solo este municipio.
- Grupo 3-Urumita (20 de octubre): La Jagua del Pilar, Urumita, El Molino y Villanueva.

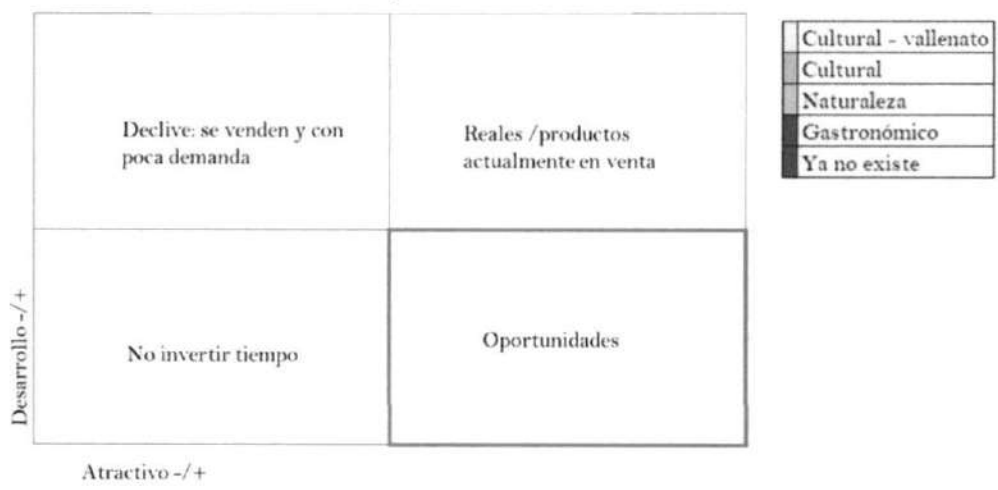
El objetivo de los talleres fue realizar la conceptualización del producto turístico de tal manera que integrara la temática cultural evocada en el folclor vallenato, principal ícono de la región. En cada uno de los talleres, se dividió el proceso de co-creación en cuatro partes.

La primera, consistió en realizar una breve introducción y contextualización de las razones por las cuales se está desarrollando el presente proyecto y para lo cual fueron convocados los participantes. La segunda parte tuvo el propósito de despertar la creatividad en el auditorio, de tal manera que fuera posible generar propuestas distintas, permitirse aportar ideas que en otros espacios parecerían absurdas y disponer de herramientas argumentativas frente a los resultados, lo que facilita el proceso de creación e innovación, al preparar el cerebro para lo desconocido y diferente, sin las limitaciones que suelen darse en la cotidianidad.

Para la tercera parte, fue necesario realizar un trabajo previo por parte del equipo consultor que consistió en utilizar la información levantada durante el diagnóstico relacionada con los recursos y atractivos que aparecen en los planes de desarrollo, de turismo, estadísticas, estudios y oferta de las agencias de viajes, para clasificarlos en una matriz simplificada que fue diseñada para priorizar el aprovechamiento de estos en el desarrollo de producto.

Los atractivos fueron categorizados según la tipología de turismo a la cual pertenecen, así: cultural (directamente relacionada con el vallenato), gastronómico y cultural (de otro tipo), así como de naturaleza, además de los que aun aparecen como atractivos en los inventarios facilitados por la Gobernación pero que ya no existen. Con ello, se ubicaron dentro de la matriz de acuerdo con su grado de desarrollo y capacidad de atractivo. Esto es, aquellos que ya están siendo aprovechados por los operadores y se distinguen por su singularidad, fueron ubicados en el cuadrante superior derecho (reales/productos actualmente en venta); los atractivos que son maduros -conocidos y explorados-, pero que cada vez son menos demandados se situaron en el cuadrante izquierdo superior (declive-se venden pero con poca demanda); los que tienen escaso atractivo y bajo grado de desarrollo aparecen en el cuadrante izquierdo inferior (no invertir tiempo); y aquellos en los que su nivel de desarrollo es poco comparado con su alto potencial, fueron ubicados en el cuadrante derecho inferior, siendo los que representan claras oportunidades para el presente proyecto.

Ilustración 33. Matriz de priorización de atractivos



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

En esta parte del taller, se mostraron las conclusiones plasmadas en una matriz para cada municipio, sobre las cuales los participantes (establecimientos de alojamiento y hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, intérpretes, artesanos, gestores culturales, artistas, cámaras de comercio y entidades gubernamentales), aportaron sus opiniones y enriquecieron la información con relación a los atractivos turísticos, basados en su experiencia y conocimiento de la región y teniendo en cuenta criterios como: la vocación del territorio, el impacto en el mercado, la transversalidad territorial y el estado actual de los mismos. Esta información fue plasmada en el apartado de actualización de atractivos del diagnóstico (Ver Anexos 2 y 8).



Para la cuarta y la última parte del taller se empleó la metodología MetaSseisom, en la que los asistentes, con ayuda de tres monitores, realizaron un ejercicio de lluvia de ideas, valoración de las propuestas y priorización de conceptos planteados. Esta metodología permite que la información recolectada durante el proceso se haga de manera gradual y concertada.

4.1.2. Resultados de los talleres de co-creación

De acuerdo con lo descrito anteriormente, los resultados se agrupan según los lugares donde fueron desarrollados los talleres, de tal manera que se muestran los nuevos atractivos aportados por los asistentes y la matriz final donde se reúne el inventario completo de lo recolectado por municipio. Además, se describe detalladamente la conceptualización a la cual llegaron los participantes luego de aplicar la metodología MetaSseisom.

Grupo 1 – Fonseca, Distracción y Barrancas

Tabla 37. Asistentes y atractivos aportados por el Grupo 1

ASISTENTES	42
NUEVOS ATRACTIVOS APORTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Represa del Rancharía (Distracción) • Cueva de los Santos (Barrancas) • Casa museo de Fonseca La Provinciana (Fonseca) • Baile de la colita abierta y la colita cerrada (Fonseca) • Museo histórico de Fonseca (Fonseca) • Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación (Fonseca).

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Los participantes agregaron un nuevo atractivo para el municipio de Distracción, uno para Barrancas y cuatro para Fonseca. El que más resaltaron fue el baile de la colita abierta y la colita cerrada como parte de la cultura local.

Distracción

Ilustración 34. Matriz de priorización de atractivos Distracción

Declive: se venden y con poca demanda	Reales /productos actualmente en venta												
<p>No invertir tiempo</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Balneario Paso Ancho</td> <td>Busto Simón Bolívar</td> </tr> <tr> <td>Paso Pulgar</td> <td>Estatua Simón Bolívar</td> </tr> <tr> <td>Represa del Rancharía</td> <td>Iglesia Santa Rita Casía</td> </tr> </table>	Balneario Paso Ancho	Busto Simón Bolívar	Paso Pulgar	Estatua Simón Bolívar	Represa del Rancharía	Iglesia Santa Rita Casía	<p>Oportunidades</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Balneario La Represa</td> <td>Música vallenata</td> </tr> <tr> <td>Balneario El Paso el Río</td> <td>Festival de los Laureles</td> </tr> <tr> <td>Balneario El Silencio</td> <td>Amasijos de maíz</td> </tr> </table>	Balneario La Represa	Música vallenata	Balneario El Paso el Río	Festival de los Laureles	Balneario El Silencio	Amasijos de maíz
Balneario Paso Ancho	Busto Simón Bolívar												
Paso Pulgar	Estatua Simón Bolívar												
Represa del Rancharía	Iglesia Santa Rita Casía												
Balneario La Represa	Música vallenata												
Balneario El Paso el Río	Festival de los Laureles												
Balneario El Silencio	Amasijos de maíz												

Desarrollo -/+

Atractivo -/+

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018



Barrancas

Ilustración 35. Matriz de priorización de atractivos Barrancas

Declive: se venden y con poca demanda		Reales / productos actualmente en venta																						
Desarrollo -/+	No invertir tiempo		Oportunidades																					
	<table border="1"> <tr> <td>Estatua Francisco de Paula Santander</td> <td>Resguardo Indígena de San Francisco</td> </tr> <tr> <td>Estatua Simón Bolívar</td> <td>Resguardo Indígena de Trujío Gacho</td> </tr> <tr> <td>Iglesia Santa Cruz de Mayo</td> <td>Parque Romero Cármas</td> </tr> </table>	Estatua Francisco de Paula Santander	Resguardo Indígena de San Francisco	Estatua Simón Bolívar	Resguardo Indígena de Trujío Gacho	Iglesia Santa Cruz de Mayo	Parque Romero Cármas	<table border="1"> <tr> <td>Iglesia San José</td> <td>Balneario El Desafío</td> </tr> <tr> <td>Resguardo Indígena de Cerruleo</td> <td>Balneario El salto</td> </tr> <tr> <td>Resguardo Indígena de Salto</td> <td>Balneario Foze Hondo</td> </tr> <tr> <td>Cueva de los Santos</td> <td></td> </tr> </table>	Iglesia San José	Balneario El Desafío	Resguardo Indígena de Cerruleo	Balneario El salto	Resguardo Indígena de Salto	Balneario Foze Hondo	Cueva de los Santos		<table border="1"> <tr> <td>Festival del río Ranchería</td> <td>Música vallenata</td> </tr> <tr> <td>Confraternidad y Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia</td> <td>Casa de la cultura José Agustín Solano</td> </tr> <tr> <td>No Ranchería - Paso la Represa</td> <td>Amasijo de maíz</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Festival y reinado nacional del Carbón</td> </tr> </table>	Festival del río Ranchería	Música vallenata	Confraternidad y Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia	Casa de la cultura José Agustín Solano	No Ranchería - Paso la Represa	Amasijo de maíz	
Estatua Francisco de Paula Santander	Resguardo Indígena de San Francisco																							
Estatua Simón Bolívar	Resguardo Indígena de Trujío Gacho																							
Iglesia Santa Cruz de Mayo	Parque Romero Cármas																							
Iglesia San José	Balneario El Desafío																							
Resguardo Indígena de Cerruleo	Balneario El salto																							
Resguardo Indígena de Salto	Balneario Foze Hondo																							
Cueva de los Santos																								
Festival del río Ranchería	Música vallenata																							
Confraternidad y Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia	Casa de la cultura José Agustín Solano																							
No Ranchería - Paso la Represa	Amasijo de maíz																							
	Festival y reinado nacional del Carbón																							
Atractivo -/+																								

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Fonseca

Ilustración 36. Matriz de priorización de atractivos Fonseca

Declive: se venden y con poca demanda		Reales / productos actualmente en venta																
Desarrollo -/+	No invertir tiempo		Oportunidades															
	<table border="1"> <tr> <td>Árbol El Higuito</td> </tr> <tr> <td>Iglesia San Agustín</td> </tr> <tr> <td>Estatua Simón Bolívar</td> </tr> <tr> <td>Resguardo Indígena Wayú</td> </tr> <tr> <td>Mayabangloma</td> </tr> </table>	Árbol El Higuito	Iglesia San Agustín	Estatua Simón Bolívar	Resguardo Indígena Wayú	Mayabangloma	<table border="1"> <tr> <td>Balneario Paso del Hatico</td> </tr> <tr> <td>Parque de la Virgencita</td> </tr> <tr> <td>Palacio municipal</td> </tr> </table>	Balneario Paso del Hatico	Parque de la Virgencita	Palacio municipal	<table border="1"> <tr> <td>Plaza Simón Bolívar</td> <td>Casa museo de Fonseca La Provinciana</td> </tr> <tr> <td>Amasijo de maíz</td> <td>Museo histórico de Fonseca</td> </tr> <tr> <td>Música vallenata</td> <td>Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación</td> </tr> <tr> <td>Festival del Retorno y Fiestas patronales de San Agustín</td> <td>Baile de la colita abierta y la colita cerrado</td> </tr> </table>	Plaza Simón Bolívar	Casa museo de Fonseca La Provinciana	Amasijo de maíz	Museo histórico de Fonseca	Música vallenata	Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación	Festival del Retorno y Fiestas patronales de San Agustín
Árbol El Higuito																		
Iglesia San Agustín																		
Estatua Simón Bolívar																		
Resguardo Indígena Wayú																		
Mayabangloma																		
Balneario Paso del Hatico																		
Parque de la Virgencita																		
Palacio municipal																		
Plaza Simón Bolívar	Casa museo de Fonseca La Provinciana																	
Amasijo de maíz	Museo histórico de Fonseca																	
Música vallenata	Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación																	
Festival del Retorno y Fiestas patronales de San Agustín	Baile de la colita abierta y la colita cerrado																	
Atractivo -/+																		

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

En todos los municipios los atractivos se distribuyen entre los cuadrantes inferiores debido a que dentro de los productos que se ofrecen a la región no se incluye específicamente ninguno de ellos. En este sentido, las mayores oportunidades aparecen en potenciar los festivales y los museos que son los que abarcan la cultura vallenata.

Durante la fase de creación surgieron 9 propuestas que reúnen un conjunto de experiencias. A continuación, se dan a conocer dichas propuestas con sus respectivas valoraciones:

Estudio de grabación (8): con el fin de crear una experiencia en la que se involucre completamente a los visitantes, se propone adaptar un estudio de grabación en el cual quien lo desee, pueda grabarse cantando vallenato e incluso grabar videos. Con esto, las personas podrían llevarse un recurso de esta zona hecho por sí mismos. Con esta actividad, se pretende que las personas entren en el corazón de la música vallenata, grabando canciones y siendo los protagonistas de las mismas por un momento.

Museos (12): frente a esto se hace alusión a la visita a las casas museo, iniciativas locales y particulares de personas interesadas en mostrar sus conocimientos a quienes deseen saber sobre la historia del municipio o del vallenato. En Fonseca, por ejemplo, se hizo alusión a dos casas museo: La Provinciana y el Museo Histórico de Fonseca. Pero esta experiencia no se queda en la visita a estas casas, sino que las personas lo relacionaron con la visita a la tumba del juglar Luis Enrique Martínez, reconocido cantante, acordeonero y compositor vallenato, ya que este tipo de experiencias generarían interés entre los visitantes. Estas experiencias durante los recorridos por los museos se convierten en medios de enseñanza y aprendizaje entre las personas de la comunidad y quienes llegan a visitar el territorio.

Ebanistas – Acordeones en madera (8): como medio para recuperar la tradición de elaborar instrumentos y transmitir estas técnicas, la comunidad exalta la importancia de crear momentos de elaboración de instrumentos del vallenato, especialmente del acordeón, para compartir con los visitantes. Además, teniendo en cuenta que los visitantes suelen comprar elementos que representen los lugares que visitan, esta experiencia busca que sea el mismo visitante quien elabore su souvenir como parte de su llegada al territorio.

Baile (8): los asistentes relacionaron esta categoría como la enseñanza del baile de vallenato y sus diferentes aires, ya que de esta forma pueden diferenciarse mejor. Pero la experiencia propuesta va más allá del baile, se añade a esta el uso de disfraces típicos del vallenato ya que en conjunto son parte de la identidad cultural de los municipios.

Canciones – Música en vivo (8): cada municipio del territorio tiene una relación con el vallenato y algunas de las canciones exaltan sus lugares de forma que, a través de sus letras, composiciones creadas de alguna forma especial. Por ello, los asistentes se refirieron a contar las historias sobre cómo fueron escritas esas canciones durante conversatorios acompañados de música en vivo como representaciones de las mismas.

Parrandas vallenatas (6): con estas experiencias se hace alusión a diferentes formas de vivir una parranda como la expresión máxima de este género musical. Por ello las personas arrojaron varias ideas como la visita a sitios naturales (cascadas y balnearios) con acompañamiento de parrandas, planes nocturnos de parranda vallenata, espectáculos de imitación de personajes representativos del vallenato en la región durante parrandas, dinámicas de canto participativas con los turistas, show musical o interpretaciones teatrales sobre las historias de las canciones representativas y momentos para aprender a bailar y tocar instrumentos durante interpretaciones. Con esto se busca variar e innovar sobre lo que se muestra a los turistas que lleguen al territorio buscando tener contacto con la música vallenata.

Gastronomía (3): se resalta la importancia de la gastronomía local y típica de los municipios como medio de transmisión de saberes culinarios a través del paladar. Por eso, se proponen muestras gastronómicas como medio para deleitar a los visitantes con los platos típicos o locales, bien sea involucrando los restaurantes o creando espacios para este tipo de compartir.



Caseta comunal (2): como parte de la tradición local se conciben espacios para compartir la cultura. con sus expresiones artísticas. Ante esta revaloración de lo tradicional, se propuso crear experiencias en casetas comunales en las que se vivan días de campo con concursos folclóricos, culturales y gastronómicos con enfoque en el vallenato.

Actividades de aventura: aunque se propuso la práctica de deportes como el ciclo montañismo, el parapente y el canotaje, no hubo argumentos apoyando estas ideas.

Grupo 2-San Juan del Cesar

Tabla 38. Asistentes y atractivos aportados por el Grupo 2

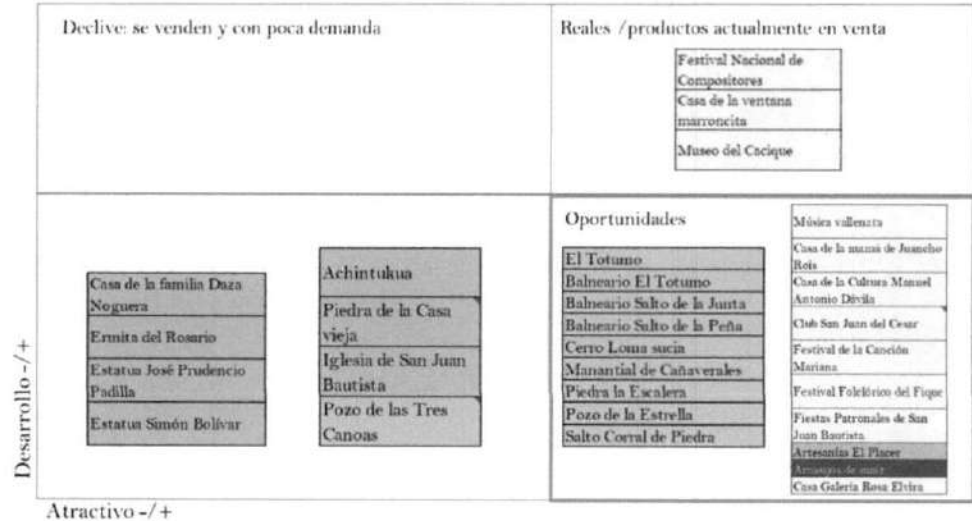
ASISTENTES	30
NUEVOS ATRACTIVOS APORTADOS	• Casa Galería Rosa Elvira

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Para este municipio únicamente se agregó la Casa Galería de Rosa Elvira, la hija de Diomedes Diaz, quien ha creado este espacio en memoria de su padre y su carrera artística.

San Juan del Cesar

Ilustración 37. Matriz de priorización de atractivos San Juan del Cesar



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Este es el municipio que más aparece en los productos ofrecidos hacia el sur de La Guajira, especialmente por la Casa de la Ventana Marroncita y el Museo del Cacique, reconocidos por los amantes del vallenato por ser lugares donde pueden conocer más sobre la vida de Diomedes Diaz. Sin embargo, hay otras oportunidades que amplían el abanico del folclor vallenato y de la naturaleza de la región.

Ahora bien, durante la fase de creación surgieron las siguientes propuestas con sus respectivas valoraciones:

Parrandas vallenatas (10): como parte de la esencia de la cultura vallenata, las parrandas siempre están en el imaginario de las personas cuando se hace referencia al tema. Además, forma parte de las celebraciones de acontecimientos importantes en la región, lo cual implica que sea un punto de encuentro en cualquier lugar *“comienza con 10 participantes y a la hora hay 100 o más”*. Los asistentes hicieron énfasis en que se retomaran las parrandas típicas y tradicionales, que son contagiosas y que permiten a quien las esté escuchando sentirse identificado con la cultura local y los sentimientos que inspira vivir esa experiencia.

Experiencia gastronómica (8): de manera típica y tradicional, tiene una fuerte conexión con la vida de los juglares de la región, es una forma de adentrarse en las costumbres locales desde lo que los propios artistas vivieron antes y después de ser reconocidos. Un punto clave que se resalta sobre los artistas de la región es que continúan estando muy presentes y cercanos a vecinos y amigos, compartiendo tal como lo hacían antes de ser famosos. Así que la experiencia va relacionada a los sabores de los platos típicos, sus ingredientes locales y las preparaciones tradicionales que hacen parte de la forma de vida de la región, como ellos lo nombraron *“la receta del folclor”*.

Composición y compositores (8): ¿Qué inspira a un compositor? La base de toda canción está en aquellos objetos, personajes o vivencias que inspiraron sus líricas e incluso sus melodías. En el vallenato, los compositores son una pieza fundamental, son reconocidos por los artistas, por los grupos y por la misma comunidad. En esta región han nacido grandes compositores, por lo cual una experiencia llamativa y diferente está en escuchar de viva voz de los que aún viven o de quienes compartieron de cerca a ellos la forma como crearon las canciones, su relación con los espacios cotidianos y los sentimientos que quisieron transmitir.

Museos galerías (6): entre casas de la cultura, casas museo y museos suman 14 entre los 8 municipios focalizados en la región. Son los que permiten transmitir la historia del vallenato en la región, junto a las vivencias de los artistas nacidos allí o que han dejado huella, con lo cual la misma comunidad revaloriza lo que tiene. Aunado a esto, quienes han organizado estos lugares son personajes que han hecho parte del folclor vallenato local (compositores, cantantes, músicos, promotores) y que han conocido a artistas hoy en día reconocidos a nivel nacional o internacional.

Fortalecer festivales (4): los festivales son raíz y fruto de compositores, acordeoneros, cantantes y músicos en general. Son los espacios que impulsan nuevos artistas y que traen de vuelta a los que ya son reconocidos en otros lugares nacionales o internacionales. En la región, cada municipio tiene por lo menos un festival, sumando 16 en total; no todos están directamente relacionados con el vallenato, pero en todos hay presentaciones, concursos de músicos o piquerías que hacen parte de la cultura local. Los asistentes al taller reconocen los problemas de organización y falta de recursos, además del hecho que se estén privatizando y convirtiendo en negocio, lo cual puede cambiar la esencia de los festivales y su verdadero atractivo.

Naturaleza (4): así como los sentimientos de amor inspiran canciones, la naturaleza está presente en muchas de las composiciones creadas en la región. Es así como se convierte en un atractivo relacionado con el vallenato. Además, las características de los ecosistemas locales también permiten crear experiencias en torno a los elementos que los componen. Promover su cuidado es uno de los aspectos que es constantemente nombrado por la comunidad, está directamente relacionado con un turismo de calidad, cultura ciudadana, concientización y sostenibilidad. Lo anterior es la base para conservar estos lugares que son inspiradores tanto para el folclor vallenato como para cualquier otro aspecto de la vida.

Tertulias vallenatas juglaría (4): surgen como propuesta para rescatar la esencia del vallenato tradicional y su relación con la narración de historias. Crear este tipo de experiencias puede cambiar los imaginarios sobre el vallenato: fiesta y bebidas alcohólicas. Permiten ampliar la perspectiva y mostrar otros aspectos que también hacen parte del folclor, de la cotidianidad, aprovechando la cantidad de personajes, historias y temas que poseen.

Educación; niños, escuela, vallenato (3): resaltan la importancia del componente educativo en estos procesos de valorización, rescate y potencialización. Esto incluye pedagogía para foráneos y locales, impulsando los aspectos tradicionales y autóctonos de la cultura vallenata. El hecho de sembrar desde los niños los elementos que han sido transmitidos de generación en generación desarrolla en ellos habilidades creativas, narrativas y de presentación en público, aprovechando aquello que hace parte de su cultura.

Experiencia sensorial (3): esta experiencia está inspirada en Leandro Díaz y su reconocimiento como compositor vallenato que sin el sentido de la vista se valió de sus otros sentidos para crear canciones que han sido reconocidas incluso en la literatura, como “La Diosa Coronada” que aparece en el epígrafe de “El amor en los tiempos del cólera”, novela del Premio Nobel de Literatura Gabriel García Márquez.

Enseñanza y elaboración de instrumentos (1): aprender a tocar instrumentos utilizados en el vallenato, aprender a elaborarlos o hacer parte de un grupo vallenato, es otro camino que proponen como experiencias que puede vivir el visitante para profundizar en las características del folclor.

Enseñanza de bailes (1): aprender a bailar es uno de los atractivos para turistas internacionales que reconocen a Colombia como un destino musical. Tener música en vivo para aprender a bailar vallenato o maestros de bailes típicos de la región son experiencias que le permiten al visitante conectarse con la cultura local y sentirse más identificado con lo que se vive allí. Esto, además permite conservar tradiciones locales para poder mostrarlas a los visitantes.

Otros (2 propuestas): un quiosco parrandero y un centro recreacional en La Junta, fueron las otras propuestas que surgieron en esta fase del taller.

Grupo 3 – La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino

Tabla 39. Asistentes y atractivos aportados por el Grupo 2

ASISTENTES	42
NUEVOS ATRACTIVOS APORTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mirador las traseras (Urumita) • Vela del marquesote (Urumita y La Jagua del Pilar)

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

De los cuatro municipios reunidos en este taller se agregaron dos atractivos para Urumita, uno de ellos compartido con La Jagua del Pilar. Estos hacen parte de la Serranía del Perijá a la cual se hacen recorridos esporádicos y es donde se ha creado la red de mujeres cafeteras.



La Jagua del Pilar

Ilustración 38. Matriz de priorización de atractivos La Jagua del Pilar

Desarrollo -/+	Declive: se venden y con poca demanda	Reales /productos actualmente en venta											
	No invertir tiempo	Oportunidades											
Atractivo -/+	<table border="1"> <tr><td>El Piñal</td></tr> <tr><td>Iglesia virgen del Pilar</td></tr> <tr><td>Mesetas de El Plan</td></tr> </table>	El Piñal	Iglesia virgen del Pilar	Mesetas de El Plan	<table border="1"> <tr><td>Cerro Pintao</td></tr> <tr><td>Música vallenata</td></tr> <tr><td>La casa de la vieja Sara</td></tr> <tr><td>Amasijos de maíz</td></tr> <tr><td>Fiestas patronales de la virgen del Pilar</td></tr> <tr><td>Pozo Azul</td></tr> <tr><td>Río Marquesote</td></tr> <tr><td>Vela del Marquesote</td></tr> </table>	Cerro Pintao	Música vallenata	La casa de la vieja Sara	Amasijos de maíz	Fiestas patronales de la virgen del Pilar	Pozo Azul	Río Marquesote	Vela del Marquesote
El Piñal													
Iglesia virgen del Pilar													
Mesetas de El Plan													
Cerro Pintao													
Música vallenata													
La casa de la vieja Sara													
Amasijos de maíz													
Fiestas patronales de la virgen del Pilar													
Pozo Azul													
Río Marquesote													
Vela del Marquesote													

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Urumita

Ilustración 39. Matriz de priorización de atractivos Urumita

Desarrollo -/+	Declive: se venden y con poca demanda	Reales /productos actualmente en venta																										
	No invertir tiempo	Oportunidades																										
Atractivo -/+	<table border="1"> <tr><td>Pozo Tres Paredes</td></tr> <tr><td>Pozo Siete Apellidos</td></tr> <tr><td>Acueducto municipal</td></tr> <tr><td>Río El Mocho</td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>Casa de la familia Alonso Baquero</td></tr> <tr><td>Casa de la familia Juan Antonio López Baquero</td></tr> <tr><td>Casa de la familia Orcasitas Barro</td></tr> <tr><td>Iglesia Santa Cruz</td></tr> <tr><td>Casa de los abuelos de Silvestre Dangond</td></tr> </table>	Pozo Tres Paredes	Pozo Siete Apellidos	Acueducto municipal	Río El Mocho	Casa de la familia Alonso Baquero	Casa de la familia Juan Antonio López Baquero	Casa de la familia Orcasitas Barro	Iglesia Santa Cruz	Casa de los abuelos de Silvestre Dangond	<table border="1"> <tr><td>Casa de la Gota Fría</td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>Música vallenata</td></tr> <tr><td>Casa de la Cultura</td></tr> <tr><td>Manuel María Ramos</td></tr> <tr><td>Fiestas patronales de la virgen de Chiquinquirá</td></tr> <tr><td>Amasijos de maíz</td></tr> <tr><td>Dolces de Urumita</td></tr> <tr><td>Milungada</td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>Cerro Pintao</td></tr> <tr><td>Balneario Marquesote</td></tr> <tr><td>Cerro del Viejo Moli</td></tr> <tr><td>Pozo La Quinta</td></tr> <tr><td>Pozo de Pato</td></tr> <tr><td>Vivienda rural cafetera</td></tr> <tr><td>Festival Flores y Calagualas</td></tr> <tr><td>Vela del Marquesote</td></tr> <tr><td>Mirador las Traseras</td></tr> </table>	Casa de la Gota Fría	Música vallenata	Casa de la Cultura	Manuel María Ramos	Fiestas patronales de la virgen de Chiquinquirá	Amasijos de maíz	Dolces de Urumita	Milungada	Cerro Pintao	Balneario Marquesote	Cerro del Viejo Moli	Pozo La Quinta	Pozo de Pato	Vivienda rural cafetera	Festival Flores y Calagualas	Vela del Marquesote	Mirador las Traseras
Pozo Tres Paredes																												
Pozo Siete Apellidos																												
Acueducto municipal																												
Río El Mocho																												
Casa de la familia Alonso Baquero																												
Casa de la familia Juan Antonio López Baquero																												
Casa de la familia Orcasitas Barro																												
Iglesia Santa Cruz																												
Casa de los abuelos de Silvestre Dangond																												
Casa de la Gota Fría																												
Música vallenata																												
Casa de la Cultura																												
Manuel María Ramos																												
Fiestas patronales de la virgen de Chiquinquirá																												
Amasijos de maíz																												
Dolces de Urumita																												
Milungada																												
Cerro Pintao																												
Balneario Marquesote																												
Cerro del Viejo Moli																												
Pozo La Quinta																												
Pozo de Pato																												
Vivienda rural cafetera																												
Festival Flores y Calagualas																												
Vela del Marquesote																												
Mirador las Traseras																												

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Villanueva

Ilustración 40. Matriz de priorización de atractivos Villanueva

Declive: se venden y con poca demanda		Reales /productos actualmente en venta	
		Festival Cuna de Acordeones	
Desarrollo -/+	No invertir tiempo	Oportunidades	
	El Palomar	Cerro Pintao	Casa museo de la cultura villanuevera
	Parque Rafael Antonio Amaya	Música vallenata	Parque Cuna de Acordeones
	Balneario Castillo escondido	Casa de la Cultura Rafael Antonio Amaya	Amasijos de maíz
	Estatua José Prudencio Padilla	Estatua Escolástico Romero	
	Estatua Simón Bolívar		
Atractivo -/+			

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

El Molino

Ilustración 41. Matriz de priorización de atractivos El Molino

Declive: se venden y con poca demanda		Reales /productos actualmente en venta	
Desarrollo -/+	No invertir tiempo	Oportunidades	
	Casa de la familia Aponte Vence	El Ramal José María Ballesteros	Balneario El Rincón
	Casa de la familia Montenegro Balcazar	Música vallenata	Balneario La Hoyita
	Casa de la familia Valdés	Plaza Simón Bolívar	Balneario La Represa
	Festival del Cantante	Fiestas Patronales de La Virgen del Rosario	Cerro Pintao
	Balneario El Manantial	Amasijos de maíz	
	Paso La Culebra		
	Fiestas de Corpus Christi		
Estatua Simón Bolívar			
Ermita de San Lucas			
Grupo Indígena Cariachil			
Atractivo -/+			

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Al igual que en el grupo 1, La Jagua del Pilar y El Molino no tienen en la actualidad atractivos que se vendan específicamente en los productos que se ofrecen hacia la región. Por su parte, el producto estrella de Villanueva es el Festival Cuna de Acordeones y lo que se ofrece en Urumita es la casa de la Gota Fría, de la famosa canción con el mismo nombre traducida a múltiples idiomas.

Durante la fase de creación surgieron 13 propuestas que reúnen un conjunto de experiencias. A continuación, se dan a conocer dichas propuestas con sus respectivas valoraciones:

Naturaleza (12): por el potencial natural del territorio se proponen actividades en entornos naturales relacionados principalmente con la Serranía como la visita a la cueva de Orozú, hacer caminatas o subir a lomo de mula, realizar actividades de avistamiento de flora y fauna en las fincas u otras actividades alrededor de los ríos como la exposición de canciones de vallenato, por ejemplo, de Tulio Rosado o como las inspiradas en el río Villanueva. Estas experiencias se proponen por la inspiración que estos lugares naturales han sido para cantos e historias cotidianas relacionadas con el vallenato y por el interés de la comunidad por la vida en el campo. Ahora bien, se reconoce que existen ciertas variables que podrían afectar su desarrollo tales como la inestabilidad climática, el mal estado de vías y caminos de accesibilidad y la deforestación por cultivos ilícitos.

Vallenato (8): en esta categoría se proponen diferentes acciones entorno al género musical como: encuentros de tertulias sobre clásicos del vallenato costumbrista, recorridos por las casas de cantautores con versos y canciones vallenatas, pintar murales con las letras de las canciones vallenatas, recorridos por los museos relacionados con el vallenato, dar a conocer la historia de la creación de canciones de vallenato y mostrar la historia de vida de personajes representativos del vallenato. Todo esto por la importancia de recordar y reconocer las costumbres y el folclore vallenato, porque es una forma de conocer la historia de la región, a través de estas se amplían los conocimientos sobre el vallenato y su relación con la identidad de los municipios. Se reconoció que a favor de la creación de estos productos potenciales se encuentra que el vallenato es un gran atractivo cultural, además de saber que hay personas que pueden y quieren relatar historias.

Gastronomía (8): se busca crear experiencias de degustación de comida típica, concursos de preparación de sancochos, degustaciones de arepa de huevo, actividades de cocinar y consumir malangada en el río junto a una parranda vallenata y la demostración del proceso artesanal de elaboración del chirrinchi. Entre las razones para crear experiencias están: la diversidad de productos típicos, gusto de la comunidad por cocinar, tradiciones familiares y la presencia de empresas familiares que prestan servicios de alimentos y bebidas. Este tipo de experiencias se convierten en una forma de sensibilización del no consumo de animales en extinción o prohibidos, siendo responsables con la fauna.

Experiencia cafetera (8): entorno al café se han desarrollado fincas en Urumita productoras de este, por lo cual se plantea la posibilidad de crear experiencias de sembrar, cosechar, tostar, preparar y disfrutar el café, de visitar a la Serranía del Perijá con paradas en las fincas cafeteras para contar historias y cantar versos vallenatos y hacer recorridos sobre la historia del café en el municipio. Frente a estas formas de acercamiento al café en una zona del país de las que pocos reconocen por el café, se plantearon ideas que apoyan su desarrollo. Entre estas estuvieron: la vocación del municipio de Urumita es agrícola relacionada con el café, el gusto de la comunidad por el trabajo con el café, las personas vinculadas a la producción del café están interesadas en el turismo y porque el café es un producto insignia del municipio. Aunque se deba tener en cuenta condiciones como el estado de las vías de acceso a las fincas o estado de las viviendas, el poco control en el manejo de basuras y el envejecimiento de algunos cafetales, hay procesos en busca de la continua mejora de estos aspectos.



Piquería (7): como parte de los aspectos más representativos del vallenato se encuentra la piquería, un momento de duelo entre versadores en el que se compite por las mejores rimas al son del vallenato. Es por ello que se resaltó la realización de actividades tales como narrar historias sobre el origen de la piquería, construir dinámicamente rimas en parodia vallenata y hacer encuentros de piquerías en lugares representativos del vallenato. Es un espectáculo de la identidad vallenata que da a conocer la capacidad de persuasión y la ejecución del acordeón, es la expresión de la cotidianidad social – política – religiosa y una muestra de una interrelación jocosa entre dos personas. Por medio de estas experiencias se busca crear un medio para masificar e incentivar la piquería entre los jóvenes.

Dinastías (2): una familia con dos o más representantes exitosos en el género vallenato y con el mismo apellido es considerada una dinastía. De generación en generación se transmiten los talentos y la tradición para hacer honor a los apellidos. Así, estas experiencias se relacionan con la creación de un tour en el que se visiten las casas de familias con apellidos de dinastías reconocidas del vallenato. El interés de algunas familias en dar a conocer sus historias y su disposición permiten ver en esta propuesta un producto turístico por medio del cual se transmiten tradiciones artísticas y su importancia en el folclor vallenato.

Bailes (2): es a través de la danza que se muestran los movimientos corporales que tienen un significado artístico y a su vez dan forma a los ritmos musicales. En este caso se asocia a las muestras artísticas de bailes típicos y tradicionales como cumbiambas o colitas ya que se convierten en una vivencia diferente para el turista.

Parrandas vallenatas (2): el vallenato es un género musical asociado a las fiestas y, por ende, la parranda es su expresión artística. Sin embargo, la connotación de esta expresión no ha sido del todo favorable. Por ello, al buscar vincularlo a un producto turístico, esta experiencia se vincula a la vivencia de una parranda vallenata tradicional con personalidades y compositores representativos del folclor vallenato en los municipios. Se reconoció entre los asistentes que hay cabida para este tipo de experiencias porque el reconocimiento de obras musicales y por la importancia de rescatar tradiciones como las parrandas en los patios de las casas y una buena forma de hacerlo es como muestras a los visitantes.

Festivales (4): los festivales son parte de la muestra de la cultura local, motivo por el cual se propuso la creación de experiencias vinculadas al disfrute de estos, estén o no relacionados con el vallenato, ya que durante estos participan expositores del folclor vallenato, se reúnen personas de la comunidad y extraños, y acoge a familiares y amigos. Los asistentes mostraron interés por hacer convocatorias masivas de estos festivales.

Artesanías (4): la experiencia que se propone es realizar ferias y exposiciones artesanales ya que a esto se dedican algunas personas de la comunidad y es viable desarrollarlo ya que los turistas suelen comprar artesanías como recuerdos o elementos representativos de los lugares visitados.

Instrumentos (1): se hace referencia a las experiencias en las que los instrumentos toman el rol principal por ser susceptibles a su alquiler para que sean usados por los turistas. La razón para desarrollarlo es por interés de una persona de la comunidad, pero se sabe que la situación actual requiere dotación para ello.

Karaoke (1): se propone la realización de concursos de karaoke en algún lugar representativo del vallenato por el componente de diversión y disfrute que se genera en torno a la música.



Conclusiones de los talleres

El territorio puede claramente ser agrupado por la cercanía entre los municipios y es la ubicación de estos lo que favorece que entre algunos existan más aspectos comunes tanto en cultura, como social y físicamente. Por ejemplo, los municipios ubicados más hacia el norte de la zona comparten más elementos en común entre ellos y al sur sucede lo mismo. Sin embargo, a pesar de haberse dividido la zona sur del departamento de La Guajira, hay muchos aspectos que se repiten de forma general, lo que se puede evidenciar entre las propuestas que surgieron en cada taller. Con algunos elementos diferenciadores, hay aspectos que unen y resaltan en conjunto a los municipios.

Entre las experiencias mencionadas en los tres talleres, de forma común, están: las parrandas vallenatas, la gastronomía y la enseñanza de bailes (típicos y vallenato). Como experiencias en común entre el taller del grupo 1 y el taller del grupo 2 están: los museos o casas museos y lo relacionado con experiencias para la elaboración de instrumentos. Los aspectos en común entre el taller del grupo 2 y el grupo 3 son: la naturaleza y los festivales. Finalmente, entre el grupo 1 y el grupo 3 se identificó la creación de una caseta o quiosco parrandero/comunal.

Sin embargo, no se puede dejar a un lado las particularidades de cada uno de los municipios evidenciados en los resultados por taller. Por ejemplo, en el grupo 1 se resaltó la experiencia del estudio de grabación. En el grupo 2, la experiencia se relaciona con la composición de canciones vallenatas y sus compositores. Y en el grupo 3 la experiencia cafetera resalta como elemento diferenciador de la zona más al sur del departamento.

Con estos resultados se hace evidente la visión de las personas de la comunidad sobre su territorio, una visión que resalta en primer lugar el vallenato y todas las representaciones artísticas que nacen en torno a él, pero no deja a un lado otros elementos que complementan el concepto turístico de la zona sur de La Guajira.

4.2. Diseño del producto turístico

La creación de productos turísticos es un proceso por medio del cual se ponen en valor en el mercado distintos elementos que funcionan en conjunto con el fin de cumplir expectativas de los turistas en un destino. Es decir, atractivos turísticos, actividades y servicios se complementan entre sí para generar experiencias que se viven alrededor de un concepto sobre el destino que se transmite al consumidor cuando visita el destino.

Metodología

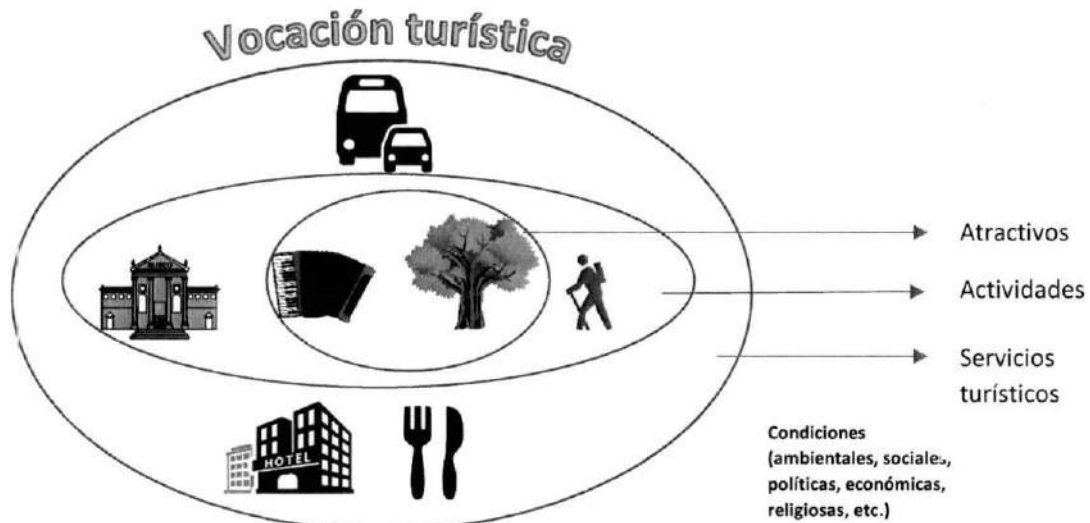
Este proceso inicia con la identificación de aquellos recursos presentes en un territorio susceptibles a convertirse en atractivos turísticos una vez se generan actividades y servicios en torno a estos, además de identificar aquellos que ya son categorizados como atractivos. A partir de la identificación de atractivos se realiza la priorización con aquellos con mayor desarrollo o potencial de desarrollo para el turismo, es decir, los que se pueden aprovechar de la mejor forma con fines turísticos. Estos atractivos pueden ser focales, complementarios o de apoyo.

Junto a los atractivos turísticos se determinan las actividades que ya se desarrollan en estos o las que se podrían realizar para atraer a más turistas. Pero el producto turístico no se limita a las actividades realizadas en otro a un atractivo. Este comprende la existencia y disponibilidad de servicios que se ponen a disposición de los turistas (hoteles, restaurantes, servicio de transporte y agencias de viaje) para soportar su experiencia.



Los servicios en función del turismo requieren cumplir con elementos de calidad de tal forma que sumen a la experiencia vivida. De igual forma, se debe considerar que esta experiencia no se desliga de las condiciones (ambientales, sociales, políticas, económicas, religiosas, etc.) del contexto del destino en el que se desarrolla el producto ya que estas pueden facilitar u obstaculizar el desarrollo pleno de los productos.

Este conjunto de elementos (atractivos turísticos, servicios turísticos, actividades) se van dirigiendo hacia el conocimiento de la vocación del destino e incluso a las vocaciones en sus diferentes regiones. La vocación entendida como las características innatas y generales o específicas de un territorio que atraen al turista por generar en este una motivación para viajar.



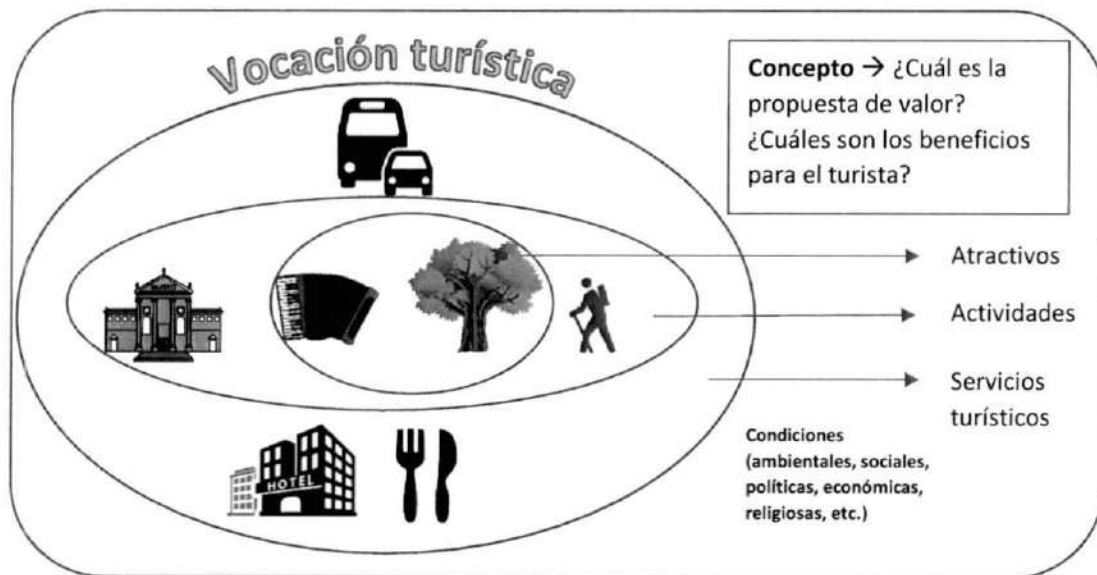
Todo ello da como resultado la creación de productos turísticos en los cuales se mezclan elementos tangibles e intangibles. Pero estos productos van más allá de la combinación de estos elementos ya que se requiere que con estos se crean conceptos (ligados a la vocación) que dan valor en el proceso de la comercialización e influyen en la toma de la decisión de los turistas en el momento de elegir entre el producto de un destino u otro por los beneficios que este le puede aportar.

Es de destacar que, como se planteó desde el principio, uno de los pilares más importantes es la sostenibilidad turística, lo que implica que cada producto y experiencia planteada, tengan en su estructura la rentabilidad económica, pensando siempre en la comunidad en primera instancia y entendiendo el rol del turismo para lograr reducir la pobreza y la desigualdad social, a la vez que se resaltan los valores de la cultura local representados en la música vallenata, al igual que en el patrimonio natural, gran inspirador del vallenato costumbrista y protagonista del día a día de la dinámica de vida en el Sur de la Guajira.

Teniendo la sostenibilidad como base del desarrollo turístico, la innovación termina siendo trascendental, sobre todo, con un enfoque de turismo experiencial que debe crearse y re-crearse en la medida en que van evolucionando tanto el mercado, como las condiciones mismas del destino.

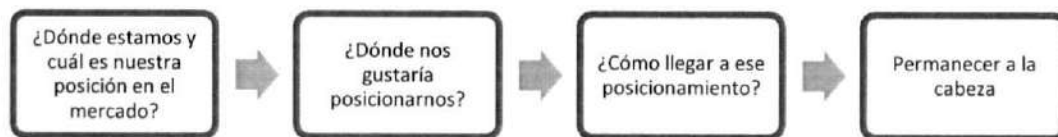


Producto turístico



Como lo describe la Organización Mundial del Turismo “la variedad y el nivel de la oferta de productos turísticos es lo que atrae a los turistas a un destino. Sin embargo, el desarrollo de esos productos forma parte de un gran proceso continuo e interconectado y no se debe considerar de manera aislada” (Organización Mundial del Turismo, 2011).

Parte de este proceso de creación de producto consiste en dar respuesta a:



Con el fin de concretar los productos turísticos se crean fichas en las cuales se caracterizan y se plantean experiencias.

En el caso del Sur de La Guajira, a partir de la etapa del diagnóstico y de la realización de tres talleres con las personas de la comunidad, se pudieron identificar tres tipologías de turismo de las cuales se desprenden los productos turísticos. La primera es turismo cultural. Esta, enfocada en el folclor vallenato, es el producto turístico priorizado para el presente trabajo, lo que implica la combinación de diferentes atractivos turísticos, actividades y servicios para crear un producto turístico que permita aprovechar el potencial relacionado con este género musical. Los otros dos son considerados subproductos turísticos ya que, si bien tienen relación con el vallenato, por ser este una parte esencial de la cultura del sur del departamento, tienen diferentes enfoques de desarrollo. Por un lado, se encuentra un subproducto relacionado con el turismo de naturaleza y, por otro lado, un subproducto relacionado con el agroturismo (café). Cada uno de estos será explicado en esta sección del documento una vez se aclare el proceso de la conceptualización y lo que este implica.

Conceptualización

Es necesario entender cuál es la idea general que se desea crear sobre el destino y cuáles son los beneficios que los productos creados generan en los turistas. Estos beneficios pueden ser en tres niveles (Fernández, 2006):

Beneficios funcionales: entendidos como aquellos elementos del producto que satisfacen las necesidades básicas durante un viaje, elementos tangibles como camas, transportes o comida ofrecidos para soportar la experiencia. Puede relacionarse con los servicios prestados.

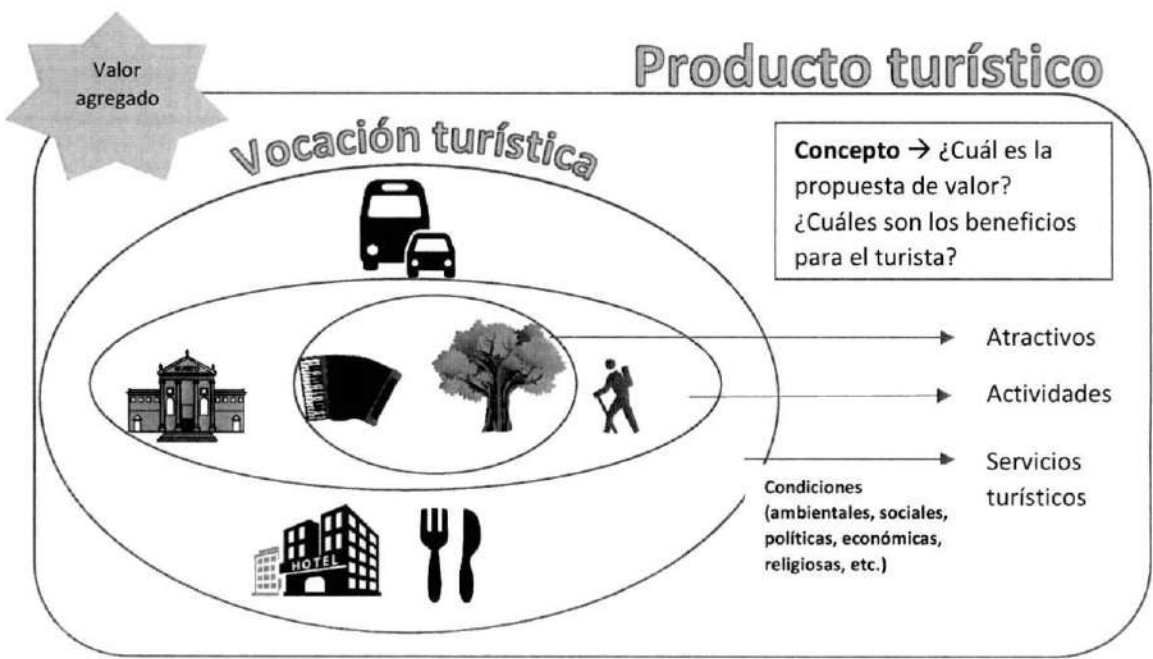
Beneficios simbólicos: entendidos como los elementos que suple un viaje relacionados con el significado personal (emociones, motivación, autorrealización) o social (estatus, reconocimiento, aceptación) que el turista le da a un viaje. Estos están relacionados con los servicios incluidos durante los productos.

Beneficios vivenciales: aquellas experiencias específicas que vivirá un turista durante su visita y de las cuales podrá tener un provecho dependiendo de las motivaciones por las cuales realiza el viaje.

Para lograr reconocer estos tipos de beneficios se debe comprender las características de la demanda y, estas junto a las expectativas de la demanda y las características del destino permiten responder los siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la temática?
- ¿Qué hace especial al producto?
- ¿Qué actividades se pueden ofrecer?
- ¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?
- ¿Qué recuerdos queremos que se lleve el turista?
- ¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?

Este proceso de conceptualización permite identificar el valor agregado que deben tener los productos creados, es decir, los aspectos que crean diferenciación del producto frente a otros que puedan tener características similares en otros territorios.





Esta conceptualización no se puede desligar de la vocación turística ni de la tipología de turismo por la cual se identifica un destino ya que son aspectos que se complementan.

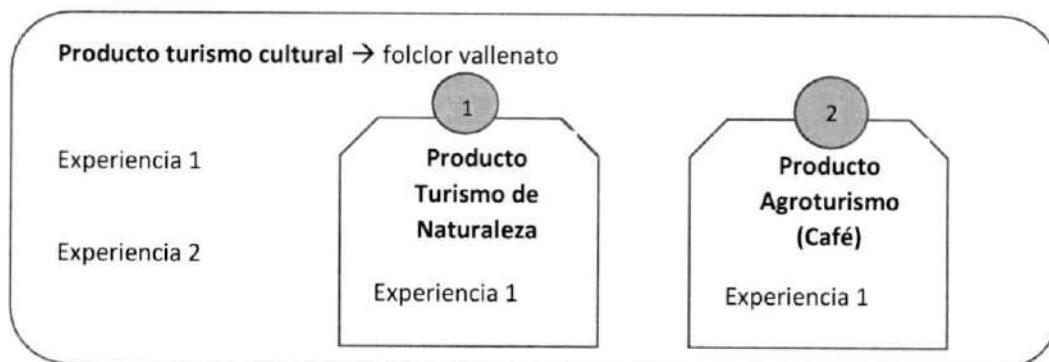
En el Sur de La Guajira, como ya se mencionó, los productos se relacionan con tres tipologías de turismo: cultural, de naturaleza y agroturismo.

Turismo cultural: todo viaje motivado por conocer algún aspecto relacionado con festivales, eventos artísticos, visita a monumentos, estudio del arte y del folclor, peregrinaciones, es considerado parte de esta categoría, según la OMT. Entre estas experiencias también se encuentra el disfrute de los activos del patrimonio inmaterial, entendido como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes – que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, citado por la OMT, 2013). Como parte de este turismo cultural del patrimonio inmaterial se encuentra el relacionado con la música y artes del espectáculo

Turismo de naturaleza: de acuerdo con la OMT es el “tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (OMT citado por Aviaexport, 2013).

Agroturismo: hace parte del turismo cultural y se combina con la naturaleza por el entorno rural en el que se practica. Se presenta como una opción mediante la cual se encuentran nuevos roles en el mundo rural, relacionados principalmente con la producción de los alimentos y la participación de operadores locales en la demostración de estas prácticas agrícolas (Riveros & Blanco, 2003).

Cada uno de estos ha sido relacionado con un conjunto de experiencias específicas que involucran atractivos, actividades y servicios que se pueden comercializar una vez se creen las condiciones adecuadas para su ejecución y para su posterior venta de tal forma que se logre posicionar el Sur de La Guajira como una región del caribe colombiano reconocida por sus ventajas comparativas con el desarrollo del producto turístico cultural en torno al folclor vallenato de la siguiente forma:



Vale la pena rescatar que la idea transversal de los productos es su desarrollo a través de alianzas entre los ocho municipios trabajados y en los cuales el vallenato ha sido parte de la cultura, además del territorio que comprenden los departamentos de Cesar (Valledupar) y La Guajira (relacionado con Riohacha), una zona reconocida culturalmente como La Provincia.

A esta conceptualización del producto turístico cultural se suma la historia de Francisco el Hombre, como leyenda y como historia real, ambas concepciones como un eje alrededor del cual se conecta la historia de los ocho municipios como temática articuladora de los productos turísticos.



Descripción de las fichas de los productos

A continuación, se da a conocer el formato de la ficha en la cual se caracteriza cada uno de los productos planteado y las experiencias relacionadas con su desarrollo.

PRODUCTO PRINCIPAL	Se refiere al tipo de turismo que se desarrolla con el producto turístico planteado
SUBPRODUCTO	Nombre del producto turístico planteado
DURACIÓN	Tiempo para el desarrollo de las actividades planteadas (especificar la unidad de tiempo a la que se refiere)
ATRIBUTOS	<p>Dependiendo del tipo de experiencia, cada una tendrá un atributo puntuados de 1 a 5, así:</p> <p>Aprendizaje: relacionado con talleres o actividades que le permitan al turista aprender sobre componentes culturales o naturales de la región.</p> <p>Entretenimiento: relacionado con actividades en las que el turista no necesariamente se involucra activamente, pero obtiene cierto nivel de satisfacción y disfrute.</p> <p>Interacción: grado de involucramiento con la comunidad e intercambio cultural.</p> <p>Relajación: relacionado con actividades donde el turista no realiza mayores esfuerzos y está en un estado más cercano al descanso.</p>
Concepto del producto:	Explicación de la temática.
Descripción:	Componentes del producto sobre la base de la vocación turística y las potencialidades y ventajas comparativas del departamento.
Servicios incluidos:	Al visitante. Específicos, nucleares, no complementarios.
Recursos principales:	Elementos que conforman el producto: específicos, nucleares, no complementarios; culturales, naturales, susceptibles de explotación turística. Ocasionalmente planta turística, infraestructuras, recurso humano y actividades complementarias.
Beneficios asociados:	Para el turista, tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público objetivo.
Mercados:	Por áreas geográficas.
Segmentos:	Públicos objetivo, en base a los estudios de demanda disponible, que no segmentan públicos.
Promoción distribución:	Alternativas de comercialización.
Accesibilidad/conectividad	Para acceder al destino/ producto.
Colaboradores:	Necesarios para su implementación.
Acciones e inversiones:	Necesidades y mejoras a implementar derivadas de la evaluación in situ de los elementos que conforman el producto, realizada durante el diagnóstico, para corroborar su disponibilidad para consumo, nivel de calidad, estado de conservación e inversiones necesarias, incluidas las públicas e identificación de las fuentes de financiación.
Formación y capacitación:	Necesidades de formación y organización para su implementación.
Mapa:	Del producto turístico con todos sus componentes.



Para comprender las características de los segmentos se da a conocer la siguiente tabla:

Nicho/Segmento	Características sociodemográficas y económicas	Motivaciones y aficiones	Actitudes, necesidades y comportamientos
Amigos (asistentes a festivales)	Entre 25 y 40 años Ingresos medio altos.	Buscan vivencias locales. El principal motivo del viaje es asistir a un festival y se quedan más días.	Viajan en grupo de amigos. Desean aprovechar el tiempo del viaje para conocer otros lugares. Crean planes durante el viaje, poca previsión de actividades por recomendaciones de amigos o familiares. No tiene interés por las comodidades en el viaje.
Vallenatero	Entre 28 y 40 años Ingresos medio altos.	Visitan el lugar por un motivo de un festival y pueden repetir. Desean conocer sobre el vallenato y lo que se crea en torno a este género musical.	Viajan con pareja o familia. Realizan reservas para sus viajes. Buscan diversas experiencias alrededor de la música vallenata. Prefiere cierta comodidad y seguridad durante la experiencia.
Excursionista cultural musical	Entre 28 y 35 años Ingresos medio altos.	Buscan conocer la cultura por medio de la música. Quieren vivir nuevas experiencias de inmersión en la cultura local.	Viajan en parejas, con amigos o solos. Están abiertos a vivir experiencias relacionadas con la música local como aprender a bailar o disfrutar de shows en vivo.
Musical sofisticado	Entre 40 y 60 años Ingresos altos.	Buscan conocer la cultura por medio de la música. Se motivan por conocer la historia de la música y sus componentes. Buscan experiencias personalizadas.	Viajan en pareja o familia. Buscan guías especializados en música, cultura y arte. Siguen un itinerario de actividades y de visita de atractivos turísticos planeada. Están informados sobre el género musical.
Aventurero	Entre 22 y 35 años Ingresos medios y medio-bajos.	Quieren conocer lugares diferentes y tener experiencias únicas para contar en redes sociales o a sus grupos sociales.	Universitarios o solteros que viajan en grupos de amigos. No siguen itinerarios, pero les gusta tener diferentes opciones para escoger. Les interesa la naturaleza, la cultura y la sostenibilidad. Pueden interesarles temas espirituales y / o de conexión con la naturaleza.

Familias	Núcleo familiar Ingresos medios.	Quieren disfrutar de ambientes diferentes en la naturaleza. Desconectarse de la ciudad.	Buscan lugares seguros para todos los miembros de la familia. Buscan actividades económicas.
Asistentes a eventos	25 y 60 años.	Buscan actividades por hacer después de asistir a un festival. Prefieren lugares naturales para dejar a un lado el movimiento de un festival.	No reservan actividades. Se guían por recomendaciones de familiares y amigos. Esperan pasar un rato ameno y tranquilo. Buscan planes económicos.
Excursionista	Todos los perfiles.	Tienen interés en la recreación.	No pernoctan, se desplazan de manera independiente, están de paso o acceden con un <i>tour</i> regular. Proximidad geográfica.
SAVE	Académicos (estudiantes o científicos). 25-50 años. Ingresos medios o medio-altos.	Formación. Adquisición conocimiento científico. Programas solidarios o voluntariados.	Individuales o grupos. Los estudiantes, dependiendo de la edad, viajan en grupos con profesores, o de manera independiente pero organizada, por prácticas, aprendizaje de idiomas o cursos especializados.
Ecoturista	30-45 años. Perfil educativo alto. Ingresos medios-altos o altos.	Biodiversidad. Observar, interpretar y conocer la fauna silvestre en entornos naturales. Escapar de la vida urbana. Exploración: van a sitios remotos.	Conciencia ambiental. Buscan una elevada interacción. Son turistas independientes, sin un paquete preestablecido. Informados. Interesados también por la cultura.



4.2.1. Conceptualización del producto turístico cultural vallenato

La teorización previa sobre diseño de producto turístico permite dilucidar la importancia que tiene la conceptualización en su proceso de construcción. En este sentido, la pregunta clave es ¿cuál es el valor agregado? Para responderla se tiene en cuenta lo planteado en el DOFA y en las conclusiones de los talleres.

Es fundamental tener presente que la zona sur del departamento de La Guajira está fuertemente marcada por la cultura vallenata en el día a día de sus habitantes y en la historia protagonizada por juglares nacidos o criados en la región, teniendo la corriente más pura y auténtica de la música vallenata vigente gracias a las escuelas, festivales y dinastías que no permiten que se acabe el fervor musical.

Lo anterior explica la razón por la cual las parrandas vallenatas son un componente común presentado por los participantes de los talleres. A ello se le suman los museos, los festivales y la importancia de la composición como parte del folclor vallenato que son otros puntos a favor en proceso de desarrollo por los diferentes municipios. Los festivales, a pesar de dificultades para gestionarlos y mantener cierta periodicidad, son celebraciones que nunca faltan y que de alguna forma involucran al vallenato en los concursos, las presentaciones o los desfiles. Los museos de diferentes temáticas, aún en proceso de desarrollo y grandes oportunidades de mejora, son los que narran el pasado y profundizan en la importancia para el contexto presente que se vive en la región. La composición, vista desde su evolución en la historia, los campesinos, los juglares y quienes hoy en día hacen parte de la historia viva de la región por ser artistas compositores, es una ventaja significativa gracias a la posibilidad de conocerla y experimentarla como parte de la cultura local, del sentir de los que la viven y la transmiten. Aquí también aparecen los cantantes, acordeoneros y grupos musicales que desde pequeños tienen el vallenato como parte de la vida en comunidad, lo cual ha formado grandes talentos.

La gastronomía, los bailes, la naturaleza y la agricultura (enfocada en el café), surgen como complemento de las propuestas anteriores, siendo aspectos también importantes de la cultura pero que están focalizados con mayor fuerza en algunas zonas como la Serranía del Perijá.

Aun así, el potencial de las características anteriormente nombradas crece exponencialmente por el hecho de que el vallenato tenga la declaratoria de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad desde el 2015, con todo lo que ello implica en términos de salvaguarda y reconocimiento de aspectos más profundos dentro de su historia. Como es el caso de la mezcla de los ritmos y danzas indígenas, la percusión y cantos africanos, la cultura campesina y la juglaría (poesía) europea, junto a la combinación de instrumentos.

A esto, hay que sumarle la calidez de los habitantes de esta región, las facilidades de accesibilidad al destino y de desplazamientos internos que permiten conformar un producto turístico más llamativo y completo. Asimismo, el interés de La Universidad de La Guajira en el turismo al ofrecer programas que aportan al sector y la importancia que le da la comunidad a la transmisión de la cultura vallenata a niños y jóvenes son factores que demuestran una disposición hacia el desarrollo de un turismo consciente que beneficia a toda la comunidad.

No hay que olvidar la importancia de Valledupar como principal destino reconocido por el vallenato por el Festival de La Leyenda Vallenata, ya posicionado, para lo cual el trabajo en conjunto como una sola región de La Provincia. Lo mismo sucede con Riohacha en términos de atracción de turistas dispuestos a conocer lugares diferentes y experiencias únicas que no están únicamente en la cultura Wayúu y la Alta Guajira, sino que se potencian con lo que ofrece la Baja Guajira.

Es así como la propuesta de valor está inmersa en la conjunción de cada uno de estos elementos que además de hacer parte del folclor vallenato incluyen componentes de la riqueza natural local y del café como parte de la cultura de la región.

En este sentido, lo descrito anteriormente se reúne en la siguiente historia como una propuesta de conceptualización articuladora donde se utiliza la narrativa por ser la esencia de la región y a Francisco El Hombre por ser una leyenda que conecta a La Provincia. Tiene elementos de la leyenda original y es el producto de imaginar los detalles de su vida si su recorrido por la región hubiera sido de la manera como se presenta a continuación:

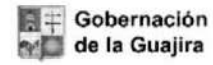
Un hombre cualquiera, un cuentero, historiador y mensajero, joven él. Tímido, cuentan. Mensajero de las historias en el pueblo. Y hay quienes dicen que al que le gustan las historias le gustan porque sirven para engañar a la gente.

Lo que pocos saben es que, en la leyenda de Francisco el Hombre, y como en toda buena historia, el personaje principal estaba acompañado. Y no estamos hablando de la compañía de su sombra. Cuenta la leyenda que un día Francisco, aburrido por la falta de buenas noticias para contar en otros caseríos decidió coger camino y a lomo de burra visitar la Riohacha de la época.

Guiado por una sensación inexplicable llega a la tienda de un Arubeño, quien le produjo gran asombro por ser un hombre que se presentaba constantemente en sus sueños. Porque si había algo que Francisco recordaba muy bien eran los sueños que recreaba cada noche en su chinchorro, con la luz de la luna o las estrellas como testigos naturales.

Recordaba especialmente un sueño que tuvo cuando pequeño, en el que sentado a la orilla del río Ranchería el arubeño se había presentado y le había dicho que observara cuidadosamente la cima del monte que aparecía imponente frente a él, iluminado por la luna llena cual rey en su trono rodeado por las mujeres más hermosas. Francisco, con su característico ojo de águila había notado que en la cima de aquel monte había una figura parecida a un gusano gigante que se revolcaba como en un ataque de cosquillas y luego se detenía, esperaba como quien le presta atención a la brisa para escuchar un mensaje traído de tierras lejanas, y volvía a moverse, pero ahora más despacio, como quien tiene una pena en lo profundo de su corazón que comienza a arder un día cualquiera y no deja de escocer.

Por más que Francisco había preguntado insistentemente, el arubeño no había soltado una sola palabra más sobre lo que allí aparecía. Lo único que hizo fue entregarle lo que parecía ser el capullo de una mariposa. Francisco se quedó observándolo mientras se rompía y empezaban a aparecer unas alas doradas brillante, luego la cabeza de un turpial, mientras del otro lado del capullo unas uñas curvas lo rasgaban para dar paso a unas largas patas de ave. Pero lo más impactante de todo, fue el momento en el que salió por completo y en su pecho transparente bombeaba un gran corazón, cuyo latido se escuchaba a kilómetros de distancia. Congelado entre el miedo, la curiosidad y el asombro, levantó la cabeza para encontrar respuestas en el hombre que le había entregado aquel presente. Ni sombra de él se veía por ninguna parte, ningún rastro había dejado su desaparición. En el pasto solo quedaban un par de gotas rojas que caían de un árbol. Se levantó con el corazón a mil, con el cuerpo adolorido por la caída de su chinchorro y una pequeña raspadura en la mano.



Desde ese momento aquel ser de alas doradas brillantes, cabeza de turpial, patas largas con uñas curvas, pecho transparente y corazón potente, siempre hacía acto de presencia en sus sueños. Ya fuera con el raspar de sus patas, la luz cegadora que reflejaba, la compañía de su hermoso canto o el palpitante de un corazón que no sabía si era el propio, el caminar de un ejército persiguiéndolo o las danzas de los negros en algún palenque cercano, pero estaba allí. Al principio le tenía miedo, pero con el tiempo descubrió que ningún daño podía hacerle, más bien sí podía contarle grandes secretos de sus viajes oníricos.

Así fue como en la tienda, el arubeño le sonrió con algo de complicidad en su rostro, lo saludó alegremente y le entregó un objeto que había desembarcado recientemente en la zona. "Esto te estaba esperando compadre". Francisco le dio algunas monedas que había recolectado con sus historias en el camino a Riohacha y salió de la tienda como jalado por una fuerza externa. Anduvo horas, hasta donde lo cogió la noche, y fue allí distraído sobre una piedra junto al río, donde comenzó a explorar aquel objeto que le había guardado este extraño hombre.

Cada noche, donde el camino lo dejaba, Francisco se entregaba por completo a una realidad entre sueños, en la que aquel objeto se convirtió en el centro de atención, el gran acto de la noche. Hacía ruidos extraños, otros muy conocidos, algunos melancólicos, nostálgicos, incluso tristes otros un tanto diferentes.

En un pueblo chiquito y bonito, llamado Lagunita de la Sierra, en Fonseca, se quedó algo más de tiempo recogiendo historias de locales, poesía que se convertía en inspiración de las canciones que empezaban a nacer acompañadas o tal vez impulsadas por su acordeón. Porque el objeto del arubeño era uno de los acordeones que llegaron nadando de las lejanas tierras del continente europeo. Y esto se lo contó el ser que traía secretos de sus viajes oníricos, junto con otros secretos de un instrumento que se dejaba impregnar del sabor de esta nueva tierra.

Y entonces dejó de ser Francisco un joven cualquiera, para ser conocido como Francisco El Hombre, el hombre del acordeón. La gente le preguntaba dónde había aprendido a tocar ese extraño instrumento o de quién había heredado semejante destreza, pero realmente no tenía respuestas que pudieran satisfacer a los curiosos, así que se limitaba a responderles con algún canto:

"nunca me ha gustado es tener intriga como uno que tenga este mismo arte pero viene de allá arriba la costumbre que debe de usarse oye mi vida que no es intriga enseñar al que no sabe" (Pacho Rada).

Su camino se iba enriqueciendo con historias de los pobladores de cada caserío por el que pasaba. Así, entre sueño y realidad en Barrancas nunca pudo ver la luz, solo pudo sentir los paisajes de formas particulares, y pudo dibujar en su mente la figura de una hermosa mujer, de quien había sentido la presencia constante durante su estancia en este mágico lugar, y es que bien es cierto que "cuando Matilde camina, hasta sonríe la sabana".

Una noche sanjuanera, cargada de estrellas, una de esas en las que hablaba o más bien cantaba con su fiel compañero onírico, apareció un joven rodeado de letras y notas musicales. Allí, sentado donde estaba, cogía una por una y las mezclaba de tal forma que, al soltarlas en el agua, esta brillaba, comenzaba a cantar y a entregar a quien se refrescaba en ella estos coloridos versos, como si llenara el alma de eternidad.



Luego de varios días de haber comido poco se encontró con un hombre que buscaba a su puerca mona, la estimaba mucho porque era la única que se había quedado a su lado luego de perder todos sus cultivos en una tormenta de agua salada. Desafortunadamente era una puerca medio sorda que cuando la había visto echada y la llamaba se asustaba confundiéndolo con alguna amenaza y desaparecía. Francisco le prometió que transmitiría el mensaje a los pobladores que se encontrara en su camino, en caso de que la casualidad le permitiera encontrarla en algún pueblo cercano.

Así, mientras narraba la historia se topó con tres caminos: uno llevaba a un duelo de juglares en el que seguro lo harían sudar la gota fría, el otro estaba guiado por una vieja comadre cuyo nombre varios conocerán, y el último, aunque exigía gran agilidad y maestría para recorrerlo, también incluía toques picarescos y juguetones.

Francisco no era un Hombre que dejara pasar de largo ninguna oportunidad, así que se quedó unos días en El Molino conociendo de boca de los pobladores locales los detalles de cada camino para luego recorrerlos a sus anchas.

El olor de la mañana, el sol mensajero del amanecer, la paz de las montañas, los colores del atardecer y un brindis por los amigos del camino crearon un canto a la vida en Villanueva, donde Francisco recordó sus dolores y pesares, pero también se encontró rodeado de niños que lo idolatraban y querían aprender del arte del acordeón. Aquellos pequeños seres contagiaron a los grillos de la noche que susurraban al oído de jóvenes, adultos y viejos canciones que luego concursaron en el famoso festival del pueblo.

En Urumita soñó con su primer lucero, viajaban en una nube con dirección a una hermosa casa en la que solo viviría ella y la visitaría el intrépido aviador dispuesto a volar entre sueños para encontrarla, porque era la luz que iluminaba su cielo. "Ay si yo supiera" se despertaba diciendo Francisco El Hombre, si supiera todos los secretos que guarda el universo.

Y, entonces, en La Jagua disfrutó de las mejores parrandas con grandes juglares, con peleas a pico y espuela y amoríos que inspiraban versos memorables. Desde allí continuó su camino a lomo de burra por otros pueblos de la vieja Provincia, de aquella gran región que hoy han dividido pero que mantiene la misma esencia. Y en un día cualquiera, como cualquiera había sido él antes de emprender su viaje, nace la leyenda.

Lo cierto es que no se sabe dónde encuentra al diablo, ni dónde aprende el credo al revés, tampoco se sabe el lugar exacto donde despierta, ni el lugar en el que sus sueños se confunden con sus realidades. Se sabe que era un maestro con el acordeón, que sus letras viajaron con él por toda La Provincia y que aquel ser onírico con todos sus secretos pudo ser el causante de tanta magia en manos de aquel Hombre.

4.2.2. Producto turístico cultural vallenato

PRODUCTO PRINCIPAL:	Turismo cultural vallenato		
SUBPRODUCTO:	¡AY HOMBE! UN JOLGORIO VALLENATO		
DURACIÓN:	3 días		
ATRIBUTOS:	Aprendizaje	● ● ● ● ●	
	Entretenimiento	● ● ● ● ●	
	Interacción	● ● ● ●	
	Relajación	●	

CONCEPTO DEL PRODUCTO

Los aires del vallenato: El género musical del vallenato se caracteriza por los cuatro aires, es decir, cuatro distintos ritmos que se diferencian por los compases. El más rápido de ellos, La puya, con un acompañamiento 3/4; El Merengue, el ritmo de la alegría, con un compás de 6/8 y 3/4 como lo representa la canción del fonsequero Luis Enrique Martínez, la Villa del Rosario; El Paseo, el ritmo más sonado y comercializado, surgido entre Patillal, La Junta y Villanueva; finalmente, el son, el ritmo más lento y melancólico.

La parranda: es una de las máximas expresiones culturales del vallenato. Es a través de esta que se logran conjugar elementos que son parte de la cultura vallenata.

Alrededor de su espontánea organización se fortalecen los lazos de amistad entre quienes asisten a una, se narran historias cotidianas de la vida, se hacen chistes, se come sancocho y se bebe whisky. Todos los asistentes aportan para su realización. Se invita "a los que son". En esta se declaman versos al ritmo de las cuerdas de la guitarra o de las notas de un acordeón. En una parranda no se baila, se escucha.

La parranda une a las personas (familias y amigos) en torno a la música, la bebida y la comida. Es durante estas que se forjan los versadores, cajeros, guacharaqueros, acordeoneros y cantantes, ya que los asistentes son quienes generan comentarios sobre sus interpretaciones. Una parranda suele durar tradicionalmente más de dos días y por lo general más de tres o cuatro conjuntos vallenatos hacen su labor, por ello se invita a buenos parranderos.

Composición: la música vallenata viene de los campesinos y las formas de comunicación de finales del siglo XIX principios del siglo XX, cuando algunas conversaciones se daban cantadas o se enviaban mensajes de un lugar a otro por medio de canciones. Los primeros juglares provienen de estas narrativas en las que se componen canciones inspiradas en los paisajes, las experiencias del día a día, las noticias que pasaban de un pueblo a otro y las relaciones entre las personas de la región ya fueran parejas, familias o amigos. Los versos, además de incluir elementos del entorno o de sus vidas, en varios casos agregan el lugar de donde proviene y la identidad del autor. Esto era más común en el siglo pasado como sello identitario, debido a que las canciones eran interpretadas por múltiples artistas. Otra particularidad de las composiciones tradicionales era la de crear los versos con la dicción y el acento local, por lo cual este lenguaje identitario es otro de los elementos salvaguardados como Patrimonio de la Humanidad.

En términos generales, las composiciones pueden ser de tipo narrativo, romántico, lírico, descriptivo, introspectivo, dependiendo de la época, los personajes y los entornos que las inspiran.



San Juan del Cesar es reconocido como "Tierra de Compositores" por personajes como: Marciano Martínez, Franklin Moya, Nelson Velásquez y Diomedes Diaz, entre otros.

El vallenato y la naturaleza: Los municipios del Sur de La Guajira cuentan con la ventaja de estar ubicados en una zona con presencia de ríos que bañan sus territorios y que generan diversidad de flora y fauna a sus alrededores. Ahora bien, estos lugares naturales han sido fuente de inspiración para algunos cantantes y compositores vallenatos hasta llegar a nombrar estos lugares en sus canciones. Pero no solo han sido estas fuentes hídricas las inspiradoras de letras de canciones vallenatas, sino también calles, corregimientos, cerros, animales, épocas del año, entre otros los que han dado vida al vallenato.

Por ello, el vallenato también ha sido un medio para exaltar los ambientes naturales. A través del uso de recursos del lenguaje ha logrado mostrar simbólicamente la naturaleza y narrar historias en torno a lugares con una belleza que merece ser descrita en sus composiciones.

Piquería: surgen en espacios rurales como forma alternativa de diálogo, casi siempre en una situación desafiante (de 'pique'), se hace la analogía con las peleas de gallos, siendo los versos de la piquería, los picos y las espuelas de los gallos de pelea. Las piquerías nacen previamente a los cantos vallenatos, los cuales son creados por quienes memorizaban los versos de los enfrentamientos y por medio de la repetición con el canto los transmitían a otras personas.

Los versos pueden estar formados en cuartetos o décimas, siendo las primeras las más utilizadas, por ser la forma más sencilla. Para la confrontación se pueden dar los siguientes escenarios (MinCultura, 2013):

- un tema libre que inicia con una provocación de alguna de las partes.
- un tema propuesto por un tercero sobre el cual 'disertan'.
- "a pie forzado" en el cual los participantes deben terminar la cuarteta o décima con la misma oración de ocho sílabas.
- Completando el verso del contendor en las dos últimas líneas.
- Iniciando la respuesta con la última línea del verso anterior del rival.

Algunos artistas reconocidos por sus piquerías son: Francisco Moscote (Riohacha), Luis Pitre (Fonseca), "Chico" Bolaño (El Molino), Juan Solano (Fonseca), Emiliano Zuleta y Toño Salas (La Jagua).

Bailes: por medio de la danza se transmiten mensajes con el cuerpo sobre lo que se siente, cree y piensa. Se convierte en una manifestación cultural cargada de significados que las personas buscan exteriorizar. Por ello, la danza es un elemento por el cual se conectan las personas y pueden lograr un entendimiento mutuo.

El sentido del baile para este producto se divide en dos líneas, por una parte, la danza relacionada con el vallenato y por la otra, la danza típica.

Los bailes típicos de esta zona se caracterizaron por estar armonizados por cajas, guacharacas, acordeones y gaitas, instrumentos en torno a los cuales se crearon danzas que llevaban a la mezcla cultural entre personas de distintas clases sociales y colores de piel durante los encuentros de jolgorio.

Un baile como la colita abierta y la colita cerrada, reconocido en Fonseca, es un ritmo de cumbiamba y parte de la cultura de esta zona del departamento.



DESCRIPCIÓN DE LAS EXPERIENCIAS

¡GÜEPAJÉ! UN RECORRIDO PARRANDERO

Al ser la parranda una máxima expresión de cultura vallenata se plantea que a través de estas se den a conocer aspectos como: los aires vallenatos, las canciones representativas de cada municipio y los compositores/cantantes/acordeoneros característicos de estos lugares. Sin embargo, la característica de estas parrandas es mostrarlas por medio de puestas en escenas, es decir, obras de teatro representando parrandas vallenatas y en las cuales se involucra a los visitantes.

La propuesta plantea que estas sean en lugares simbólicos del vallenato en cada uno de los municipios. En dichos puntos estará adecuado el espacio, adaptado para la recepción de turistas, así como habrá disponibilidad de letras de canciones para que el visitante, en el marco de una parranda organizada para su entretenimiento, pueda tener un acercamiento a esta actividad tradicional.

En cada parranda teatralizada se mostrarán los personajes y canciones reconocidas de dicho lugar, además de dar a conocer los aires con que se interpretan dichas canciones. Este último aspecto podría considerarse parte de la diferenciación entre las experiencias de cada parranda teatralizada. Por ejemplo, una parranda al compás de son con los personajes representativos de La Jagua del Pilar llevará otro ritmo de actuación (más lento) que una parranda al compás de una puya en San Juan del Cesar. Es importante resaltar que durante la teatralización se involucrará al visitante de tal forma que participe en la vivencia de esta, por ello, será necesario improvisar de acuerdo con lo que se espera que vivan los visitantes.

UN VALLENATO AL COMPÁS DE LA NATURALEZA

Se plantea realizar recorridos para conocer lugares naturales y en ellos contar la historia de la canción relacionada con dicho espacio.

Durante estos recorridos se descubren lugares de inspiración de compositores reconocidos (ríos, balnearios, casas). Antes o después de un delicioso sancocho en un lugar dispuesto en el marco del paisaje de la región, se les muestra la estructura básica de una composición, se recuerdan los lugares visitados que inspiraron las canciones y otros caminos de antaño y que fueron testigos de los mensajes que transmitían los juglares o los campesinos que comenzaron a crear versos (una historia personal del guía puede complementar el relato). Se cantan versos, se escuchan los instrumentos y se construye un espacio de creación. Palabras con las que identifican la región, mensajes que quisieran dejar en el lugar, anécdotas que no quisieran olvidar. O creaciones individuales que nacen del siguiente ejercicio práctico para trabajar de manera dinámica y divertida por parte del guía turístico o baquiano:

1. Piensa en una persona a la que quisieras decirle algo en este momento y que no esté aquí presente. Condensa tu mensaje en un verso (de puya, merengue, son o paseo, rotarían para que no siempre se haga de lo mismo). Escríbelo o cántalo con el acompañamiento de quien está tocando los instrumentos o enseñando a componer.
2. Imagina que estás en los años de Francisco el Hombre y hay un mensaje urgente para enviar a (familia, amigos, colegas) vía telégrafo. Cada persona saca un papelito que está guardado en una mochila para saber lo que le corresponde: nombre, cargo, 'mensaje para' y dinero en el bolsillo. Como cada palabra cuesta (dinero imaginario), cada uno tiene que escribir un verso que puedan pagar para enviarlo, o negociar con sus compañeros para obtener más dinero. Quien cante su verso ganará cierta cantidad de dinero extra que puede usar para el envío.



PIQUE, RÍA, CANTE Y GOCE

Esta experiencia gira en torno a las famosas piquerías, aquellas reconocidas por la gente porque fueron de juglares que se enfrentaron y quedaron en la historia del vallenato. Estas se mostrarían por medio de dramatizaciones, con elementos en lugares representativos para el vallenato y en algunos de los que quedaron marcados por historias de piquerías, de tal forma que los visitantes tengan la oportunidad de revivir esos momentos. Algunas de las opciones que se sugieren para revivir estas piquerías son:

- La Jagua del Pilar: la casa de la vieja Sara (desafío de hermanos).
- Urumita: la casa de la Gota Fría (desafío de compadres).
- El Molino: Plaza de Bolívar (desafío de aires vallenatos).
- Villanueva: tarima donde se hace el Festival Cuna de Acordeones (desafío de instrumentos).
- San Juan: la casa de la Ventana Marroncita (un desafío en pareja de novios, amantes o casados).

Otra de las experiencias asociadas a la piquería sería la asistencia y participación de los turistas a concursos intercolegiados en los que los niños y jóvenes compitan por la creación de versos para las piquerías y los interpreten (cuando los colegios las organicen). La creación de estos versos sería acerca de temas libres. A los que estén presentes durante los concursos (entre los que se encontrarían turistas) se les pediría que voten desde sus celulares los versos que más les guste y el resultado de eso se sumaría a la votación del jurado (para ello hay opciones como *voxxvote* o *votepone*). Los concursos intercolegiados se deben rotar por cada municipio, una vez cada dos meses en cada uno, en la que pueden participar todos los municipios. Ahora bien, el propósito de estos intercolegiados se relaciona también con los festivales locales ya que se propone que las temáticas de los versos ganadores creados por estos jóvenes y niños sean los temas sobre los cuales se hagan los concursos de piquerías en los festivales.

ENTRE CUERPOS Y DANZAS

En primer momento se plantean crear espacios para enseñar a bailar vallenato y sus aires con personas de las comunidades locales en sitios como las casas de la cultura por medio de actividades individuales, en parejas y grupales.

Como segundo momento, se mostrarán los bailes típicos por medio de presentaciones que culminan en involucrar a las personas en el baile de estas. Es decir, recrear momentos de jolgorio con la presentación de los pasos, los instrumentos y los ritmos que amenizaban los encuentros de baile entre las personas, para finalizar con un público involucrado bailando esos ritmos con los trajes.

SERVICIOS INCLUIDOS

- Servicio de A&B, especialmente gastronomía típica (preferiblemente ofrecer sancocho y / o malangada).
- Alojamiento y hospedaje (preferiblemente entre los municipios de San Juan del Cesar y Fonseca por su oferta).
- Transporte interno entre los municipios.
- Guianza o interpretación del patrimonio cultural y natural.

RECURSOS PRINCIPALES

- La Jagua del Pilar: Casa de la vieja Sara, Mesetas de El Plan. Urumita: Casa de la cultura Manuel María Ramos, Casa de la Gota Fría.
- Villanueva: Casa de la Cultura Rafael Antonio Amaya, Parque Cuna de Acordeones, Plaza Simón Bolívar.
- El Molino: Plaza Simón Bolívar.

- San Juan del Cesar: Casa de la Cultura Manuel Antonio Dávila, Casa de la Ventana Marroncita, Museo Carrizal, Casa de la mamá de Juancho Rois, Casa de Rosa Elvira.
- Distracción: Balneario El Silencio, Balneario La Represa, Balneario Paso Ancho.
- Fonseca: Casa museo de Fonseca La Provinciana.
- Barrancas: Casa de la cultura José Agustín Solano, Balneario Pozo Hondo y río Ranchería.
- Grupos de teatro (de los municipios o departamentales).
- Elementos teatrales (escenografía, trajes, maquillaje).
- Muros o espacios para pintar letras de canciones.
- Guiones de interpretación del patrimonio natural y cultural.

BENEFICIOS ASOCIADOS

Funcionales:

- Degustación de comida típica y bebida al compás del vallenato.
- Visitar lugares representativos del vallenato.
- Uso de vestuarios típicos de los bailes.
- Visitar lugares naturales con un propósito.

Simbólicos:

- Conocer las historias del vallenato con sus personajes, aires y canciones reconocidas como parte del conocimiento de la cultura local de la zona.
- Conocer sobre las piquerías más famosas y renombradas, todo alrededor de un género musical declarado Patrimonio de la Humanidad.

Vivenciales:

- Involucrarse en parrandas vallenatas teatralizadas.
- Sentirse en la época de antaño cuando las parrandas vallenatas eran más comunes.
- Sentir la cultura local y su arraigo por el género musical.
- Escuchar y vivir una piquería de antaño.
- Ser parte del concurso de piquerías entre jóvenes y niños.
- Hacer el proceso de componer versos vallenatos.
- Aprender a bailar vallenato.

MERCADOS

Nacional

- Valledupar
- Barranquilla
- Santa Marta
- Santander / Norte de Santander
- Bogotá

Internacional

- Argentina
- Estados Unidos
- España
- Canadá

SEGMENTOS

- Amigos (asistentes a festivales)
- Vallenateros
- Excursionistas buscando música
- Musical sofisticado

PROMOCIÓN DISTRIBUCIÓN

Durante los festivales vallenatos como el de Valledupar o los de los municipios. ProColombia.
Plataformas digitales de recomendaciones de experiencias turísticas como Tripadvisor (Viator).
Por medio de la promoción de agencias de viaje tour operadoras / Destination Management Companies – DMC’s.
Agencias de Viajes (VT) y Online Travel Agencies – OTA’s.
En las recepciones de hoteles locales por medio de piezas informativas.
Realizar campañas con personajes reconocidos nacional e internacionalmente por el vallenato como Carlos Vives (influenciadores).

ACCESIBILIDAD/CONECTIVIDAD

Llegada al aeropuerto de Valledupar Alfonso López Pumarejo.
Desde Valledupar tomar el transporte terrestre hasta un municipio del Sur de La Guajira.

COLABORADORES

Hoteles locales: se propone que cada hotel / establecimiento de alojamiento y hospedaje, apadrine un atractivo, lo que implicaría conocer al detalle y a profundidad su historia e importancia. Con todo el equipo del establecimiento, organizar una estrategia en la que los turistas aporten activamente en la mejoría / transformación / evolución / enriquecimiento del recurso para volverlo más atractivo (ejemplo: construcción de letreros sobre la fauna y flora del parque que sean armónicos con el espacio, guía voluntario para la comunidad por una hora, arreglo de las sillas, crear una campaña de concientización sobre las basuras, construir canecas en materiales locales / reciclables / armónicos, siembra de una planta nativa -tener lista de lo que se puede sembrar y en dónde-, fotografías para promocionarlo, estrategia de *marketing digital* para atraer nuevos turistas a conocer el atractivo, actividad con la comunidad para dar a conocer la importancia del atractivo), etc.

Colegios: por medio de la alianza entre colegios de la región, se busca promover los concursos Intercolegiados de música vallenata.

Grupos de teatro y de danza: grupos artísticos que realizan muestras teatrales y representan a los municipios o al departamento. Por ejemplo, el grupo de teatro de Urumita. Son esenciales para la generación de experiencias para los visitantes, recreando las tradiciones.

Conjuntos Vallenatos: niños, jóvenes y/o adultos que sean parte de conjuntos vallenatos de la región de tal forma que interpreten las canciones vallenatas de la mejor manera posible.

Gestores de las casas de la cultura: las personas encargadas de la gestión de estos lugares son parte importante al permitir llevar a cabo actividades en estos espacios.

Guías con formación sobre el vallenato: son parte fundamental de este producto por su conocimiento sobre diferentes aspectos del vallenato y su habilidad para contar historias.

Escuelas de idiomas: como se proyectan mercados de habla inglesa, se requiere que las representaciones (completas o parte de ellas) presenten contenido en inglés para llegar a este tipo de mercados.

Artistas (pintores de murales): para elaborar los muros con las letras de las canciones es importante contar con personas que faciliten el diseño de estos.

Profesores de teatro y danza: se requiere contar con personas profesionales en el montaje de obras y de bailes.

Investigadores de la cultura vallenata: tanto personas de la comunidad como profesionales son necesarios para ampliar y corroborar información acerca del vallenato.



ACCIONES E INVERSIONES

- G.1. A.1. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales: gestión para el arreglo de las vías de acceso a la región, sobre todo, la comunicación ente Riohacha y el Sur de la Guajira que está en muy malas condiciones, limitando el desarrollo turístico.
- G.1. A.2. Propietarios de vehículos y empresas de transporte municipal en el sur de la Guajira, con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar la oferta de transporte en cuanto a la disponibilidad, formalidad y calidad del servicio, manteniendo la competitividad de los precios.
- G.1. A.3. Establecimientos gastronómicos con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar las condiciones de la oferta de restauración, es decir, aumentar la variedad de la oferta y, sobre todo, mejorar la calidad de los productos.
- G.1. A.4. Cámara de Comercio, Empresarios e Inversionistas de la región: mejorar la oferta de servicios turísticos y, sobre todo, el servicio, para que la satisfacción de los turistas sea cada vez más alta y se genere una cultura de precios altos para productos con valor agregado y no precios bajos para productos de baja calidad.
- G.1. A.5. Universidad de La Guajira / Gestores locales de la cultura vallenata: realizar investigación (entre profesionales de áreas sociales y personas de la comunidad) sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios con sus respectivos personajes, canciones, épocas, dinastías, piquerías, entre otros aspectos y darlas a conocer a través de las Casas de la Cultura y Casas Museos.
- G.1. A.6. FONTUR / ProColombia / Gobernación de La Guajira / Alcaldías municipales: crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados para mostrarla y que incluya los municipios del Sur de La Guajira, Valledupar y Riohacha.
- G.1. A.7. MinCIT a través del Viceministerio de Turismo / FONTUR / Gobernación de la Guajira / Empresarios de la Región / Cámara de Comercio de la Guajira: organizar *workshops* para dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y la oferta de productos alrededor de la música vallenata.
- G.1. A.8. MinCIT a través de INNPULSA: asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, se incremente la formalización, así como la gestión comercial que, como empresas, puedan hacer de los productos.
- G.1. A.9. Alcaldías Municipales / Asociaciones comunitarias de turismo: hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.
- G.1. A.10. Alcaldías Municipales / Empresarios – Prestadores de Servicios Turísticos: disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.
- P.1. A.1. Alcaldías Municipales / Gobernación de la Guajira / FONTUR: diseñar, hacer e instalar señalización turística e interpretativa en lugares emblemáticos del vallenato (culturales y naturales) donde se facilite el acceso, la interpretación de los atractivos, así como la memoria vallenata como Patrimonio de la Humanidad, a la vez que se promueva la sostenibilidad del lugar.
- P.1. A.2. Asociaciones comunitarias de turismo / Particulares / Alcaldías Municipales / Gobernación de la Guajira / FONTUR: adecuar los escenarios icónicos de la cultura vallenata para su aprovechamiento turístico, así como la prestación de servicios básicos como baños, espacios de recepción de grupos, hidratación / alimentación, así como de interpretación.



- P.1. A.3. Emprendedores con apoyo de MinTIC / Empresarios / Inversionistas: crear una aplicación tipo *market place*, en el que se puedan montar todos los artistas de cada municipio, así como muestras de sus canciones, composiciones, obras de teatro, etc., para que se puedan dar a conocer y que los turistas (además de empresarios interesados en la producción musical) puedan ponerse en contacto y puntuar a los mejores artistas de la región.
- P.1. A.4. Casa de la cultura de los municipios / Grupos de teatro / Grupos de danza: adquisición de elementos escenográficos para las puestas en escena, tanto para actores como para asistentes.
- P.1. A.5. Colegios (interesados) / Secretarías de Educación municipales / Gestores locales de la cultura vallenata: creación de la Red de Colegios del sur de la Guajira con el propósito de organizar los concursos de piquerías y aumentar el interés por la cultura vallenata en las nuevas generaciones.

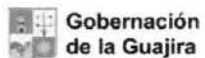
NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

- Formación en artes escénicas / teatro y en bailes.
- Capacitación en idiomas.
- Capacitación en la creación y representación de guiones en los recorridos.
- Formación en habilidades musicales.
- Capacitación sobre la historia del vallenato.
- Capacitación sobre el servicio al cliente.
- Capacitación sobre servicio de A&B, el manejo de alimentos y la presentación de platos.
- Capacitación en guianza turística.



El progreso es de todos

Mincomercio



MAPA

Ilustración 42. Mapa producto "¡Ay Hombre! Un jolgorio al vallenato"



Representaciones teatrales



Conjuntos vallenatos



Disfraces de baile



De escritura

Elementos

Servicios

- Hospedaje
- Alimentación
- Transporte
- Guianza

Temáticas

- Parrandas vallenatas
- Piquerías
- Vallenato naturaleza
- Composición
- Baile

y



Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

Convenciones

- Atractivo museístico
- Atractivo arquitectónico
- Atractivo natural
- Carretera nacional pavimentada
- Otras vías
- Fuentes hídricas

PRODUCTO PRINCIPAL:	Turismo cultural vallenato		
SUBPRODUCTO:	UNA HISTORIA VALLENATA		
DURACIÓN:	2 días		
ATRIBUTOS:	Aprendizaje	● ● ● ● ●	
	Entretenimiento	● ● ●	
	Interacción	● ● ● ● ●	
	Relajación	●	

CONCEPTO

La historia del vallenato está impregnada en la historia general de los municipios del sur de La Guajira. Sus exponentes, canciones, composiciones son parte del desarrollo de una región del caribe colombiano que tiene por esencia la cultura vallenata. Este ha sido un género musical lleno de historias (reales y de fantasía) sobre las costumbres, la naturaleza, la vida cotidiana, travesías, entre otros temas que han trascendido por sus letras. La historia contada y poco conocida sobre el vallenato ha sido un tema de interés por personas que se han dado a la tarea de investigar sobre este.

Temas como la llegada del acordeón entre los años 1860 y 1870 fechas que aún no se definen con justa precisión; la incorporación de este instrumento a los ritmos musicales del momento compuestos por el sonido de cajas, gaitas, maracas y tambores que bailaban las personas de la base de la pirámide social relacionados con las cumbiambas y merengues; su influencia musical de países como República Dominicana; el surgimiento de la palabra vallenato relacionada con las personas nacidas en La Provincia; u otras asociaciones que se han hecho sobre esta palabra, entre otros, son parte de la historia de toda la región que en algún momento de la historia fue llamada Magdalena Grande en la que compartían territorio, costumbres, modos de vida, así como la música.

Pero la historia del vallenato no podría contarse desligada de los personajes que, en su proceso de evolución, estuvieron presentes. Personajes que aportaron para su interpretación, divulgación y consolidación; Rafael Escalona, Leandro Díaz, Emiliano Zuleta, Lorenzo Morales, El Binomio de Oro, Diomedes Díaz, así como otros referentes de diferentes disciplinas o lugares que también contribuyeron para el reconocimiento de este género musical (Carlos Vives, Gabriel García Márquez, Beto Murgas, Consuelo Araújo y Alfonso López Michelsen, entre muchos otros y cada uno desde sus posibilidades).

Cada uno de estos son aspectos que unen a los municipios del Sur de La Guajira con la historia de Valledupar y de Riohacha donde el vallenato tuvo sus raíces y desde donde pasó de ser un género musical de carácter local a ser música representativa de Colombia ante el mundo.

Investigar, conocer y divulgar este tipo de historias son parte del proceso de salvaguardar este patrimonio de la humanidad.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La experiencia propuesta se lleva a cabo en las CASAS MUSEOS que actualmente existen en el territorio empezando de sur a norte con el museo de acordeones en Valledupar, siguiendo con Villanueva, Urumita, San Juan del Cesar y terminando en Fonseca.

Este recorrido se propone relatando la historia del vallenato en el territorio, mostrando la esencia inicial de este y su evolución en el tiempo hasta llegar al vallenato de la actualidad con sus distintos matices. Pero la experiencia va más allá de solo relatar la historia ya que desde el inicio al visitante



se le dará la opción de “convertirse en un artista” vallenato durante el recorrido. Al iniciar se le mostrará una lista de artistas reconocidos en la historia del vallenato, además de mostrarle los elementos que representan simbólicamente a dicho personaje (micrófono, acordeón, caja, guacharaca, accesorios, ropa, entre otros). En los distintos museos se le irán entregando a la persona estos elementos por medio de actividades lúdicas participativas con el fin de involucrar a los visitantes.

Con cada uno de estos elementos, al final del recorrido, el visitante personificará al artista que eligió al inicio del recorrido y podrá simular la grabación de una canción interpretada por el personaje original en el estudio de grabación ubicado en Fonseca donde se le obsequiará una fotografía instantánea y si el visitante desea puede comprar el video y otras fotografías (editadas a modo de gira del artista famoso elegido) sobre esta experiencia.

Como alternativa a este producto, el visitante puede componer, en San Juan del Cesar, su propia canción inspirada por los lugares visitados y luego de haber recibido instrucciones sobre cómo hacerlo.

Al ser dos días la experiencia, la historia contada debe tener un hilo conductor en forma de línea del tiempo con una actividad que culmine el primer día y una actividad que inicie el segundo de tal forma que el visitante recuerde de alguna forma elementos más importantes o hitos más representativos del vallenato.

SERVICIOS INCLUIDOS

- Guianza o interpretación del patrimonio cultural.
- Alojamiento y hospedaje.
- Alimentación.
- Transporte.

RECURSOS PRINCIPALES

- Villanueva: Casa museo de la Cultura Villanuevera.
- Urumita: Casa de la Gota Fría.
- San Juan del Cesar: Museo Carrizal, Casa de la Ventana Marroncita, Casa de la Mamá de Juancho Roís y Casa Galería Rosa Elvira Díaz.
- Fonseca: Casa Museo de Fonseca La Provinciana y Museo Histórico de Fonseca.
- Estudio de grabación.
- Elementos musicales.
- Cámaras de video y fotografía.

BENEFICIOS ASOCIADOS

Funcionales:

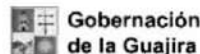
- Guiones de interpretación.
- Elementos de música.
- Disfraces.
- Fotografía en físico.

Simbólicos:

- Sentirse personificando la esencia de un artista reconocido del vallenato.
- Conocer la historia real y en el lugar que sucedió sobre este género musical.
- Entender la evolución del vallenato como parte de la cultura regional y colombiana.

Vivenciales:

- Escuchar la historia del vallenato y toda su evolución.
- Simular la grabación de una canción.



- Disfrazarse de un artista.

MERCADOS

Nacional

- Valledupar
- Barranquilla
- Santa Marta
- Santander / Norte de Santander
- Bogotá

Internacional

- Argentina
- Estados Unidos
- España
- Canadá

SEGMENTOS

- Amigos (asistentes a festivales)
- Vallenatero
- Excursionista cultural musical

PROMOCIÓN DISTRIBUCIÓN

Durante los festivales vallenatos como el de Valledupar o los de los municipios.

ProColombia.

Plataformas digitales de recomendaciones de experiencias turísticas como Tripadvisor.

Por medio de la promoción de agencias de viaje operadoras.

En las recepciones de hoteles y restaurantes locales por medio de piezas informativas.

ACCESIBILIDAD/CONECTIVIDAD

Llegada al aeropuerto de Valledupar Alfonso López Pumarejo.

Desde Valledupar tomar el transporte terrestre hasta un municipio del Sur de La Guajira.

COLABORADORES

Dueños de los museos: son personas fundamentales en la construcción del producto ya que será en sus lugares donde se llevará a cabo el recuento de la historia del vallenato. Es importante contar con su colaboración y cooperación para crear temáticas específicas en cada uno de estos museos (que en su mayoría son casas museo) de tal forma que no se repitan los contenidos entre ellos.

Universidades e investigadores de la cultura: es importante contar con la investigación sobre estos temas para brindar información verídica y sustentada desde la academia.

Museógrafos: personas con conocimientos sobre el montaje de exposiciones en museos en forma y contenido como apoyo y asesores en todo el proceso.

Agencias de Viajes de Turismo Receptivo – DMC’s: serían las encargadas de armar la logística para que el producto sea viable y de dialogar con las diferentes Casas Museos de la región para la recreación del producto.

ACCIONES E INVERSIONES

- G.1. A.1. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales: gestión para el arreglo de las vías de acceso a la región, sobre todo, la comunicación ente Riohacha y el Sur de la Guajira que está en muy malas condiciones, limitando el desarrollo turístico.
- G.1. A.2. Propietarios de vehículos y empresas de transporte municipal en el sur de la Guajira,



con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar la oferta de transporte en cuanto a la disponibilidad, formalidad y calidad del servicio, manteniendo la competitividad de los precios.

- G.1. A.3. Establecimientos gastronómicos con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar las condiciones de la oferta de restauración, es decir, aumentar la variedad de la oferta y, sobre todo, mejorar la calidad de los productos.
- G.1. A.4. Cámara de Comercio, Empresarios e Inversionistas de la región: mejorar la oferta de servicios turísticos y, sobre todo, el servicio, para que la satisfacción de los turistas sea cada vez más alta y se genere una cultura de precios altos para productos con valor agregado y no precios bajos para productos de baja calidad.
- G.1. A.5. Universidad de La Guajira / Gestores locales de la cultura vallenata: realizar investigación (entre profesionales de áreas sociales y personas de la comunidad) sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios con sus respectivos personajes, canciones, épocas, dinastías, piquerías, entre otros aspectos y darlas a conocer a través de las Casas de la Cultura y Casas Museos.
- G.1. A.6. FONTUR / ProColombia / Gobernación de La Guajira / Alcaldías municipales: crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados para mostrarla y que incluya los municipios del Sur de La Guajira, Valledupar y Riohacha.
- G.1. A.7. MinCIT a través del Viceministerio de Turismo / FONTUR / Gobernación de la Guajira / Empresarios de la Región / Cámara de Comercio de la Guajira: organizar *workshops* para dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y la oferta de productos alrededor de la música vallenata.
- G.1. A.8. MinCIT a través de INNPULSA: asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, se incremente la formalización, así como la gestión comercial que, como empresas, puedan hacer de los productos.
- G.1. A.9. Alcaldías Municipales / Asociaciones comunitarias de turismo: hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.
- G.1. A.10. Alcaldías Municipales / Empresarios – Prestadores de Servicios Turísticos: disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.
- P.1. A.6. Ministerio de Cultura / Casas Museos / Particulares: adquirir materiales e insumos para la mejora de las exposiciones de los museos.
- P.1. A.7. Casas Museo: inscribir los museos en el Sistema de Información de Museos de Colombia (gratuito) <http://simco.museoscolombianos.gov.co/Home/Buscar>, con lo cual pueden tener beneficios como asesorías especializadas, ser parte del directorio en línea de museos colombianos, postular sus proyectos a las convocatorias de becas, premios, pasantías, recursos concertados y otros mecanismos de financiación del Ministerio de Cultura, contar con un diagnóstico técnico de su gestión de museos y un plan de fortalecimiento que contará con el acompañamiento del Programa de Fortalecimiento de Museos (PFM).
- P.1. A.8. Casas Museo: crear la Red de Museos de La Provincia. El trabajo en red permite una conexión en términos de igualdad, autonomía y corresponsabilidad, y beneficia a quienes la integran por ser un medio para potencializar la creatividad, los proyectos y el intercambio de experiencias e ideas. Para el desarrollo de esta red es importante tener en



cuenta la experiencia del Museo del Acordeón de Beto Murgas, con quien se debe trabajar de la mano para lograr la conexión regional, especialmente por su experiencia y perspectiva de la cultura vallenata. Así mismo, se pueden unir las casas de la cultura, las cuales también desarrollan proyectos culturales complementarios.

- P.1. A.9. Ministerio de Cultura / Estudio de Grabación de Fonseca / Particulares: mejorar las condiciones del estudio de grabación en Fonseca y adaptación para el recibimiento de turistas en el recinto.
- P.1. A.10. Ministerio de Cultura / Estudio de Grabación de Fonseca / Casas Museo: diseñar y poner en acción un guion museológico para cada una de las Casas Museo, así como para el Estudio de Grabación de Fonseca.

NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

- Guianza turística e interpretación del patrimonio cultural.
- Capacitación en el manejo de un estudio de grabación (Fonseca).
- Capacitación en fotografía y edición de videos.
- Capacitación en el montaje y gestión de museos (Museología).
- Capacitación en idiomas.
- Capacitación en la creación y representación de guiones en los recorridos.
- Capacitación sobre la historia del vallenato.
- Capacitación sobre el servicio al cliente.
- Capacitación sobre servicio de A&B, el manejo de alimentos y la presentación de platos.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA

Gobernación
de la Guajira

inmark

MAPA

Ilustración 43. Mapa producto "Una historia vallenata"



Estudio de grabación



Representativos de
artistas

Elementos

Servicios

- Hospedaje
- Alimentación
- Transporte
- Guianza

Temáticas

- Historia del vallenato
- Representación de un artista vallenato



Convenciones

- Atractivo museístico
- Carretera nacional pavimentada
- Otras vías
- Fuentes hídricas

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

PRODUCTO PRINCIPAL:	Turismo cultural vallenato
SUBPRODUCTO:	CELEBRA LO QUE SOMOS, NUESTROS FESTIVALES Y OTRAS HISTORIAS
DURACIÓN:	3-5 días dependiendo del festival y de la época del año.
ATRIBUTOS:	Aprendizaje ●●●●● Entretenimiento ●●●●● Interacción ●●● Relajación ●

CONCEPTO

Festivales vallenatos: en la zona sur de La Guajira se desarrollan más de 15 festivales al año, que en su mayoría tienen componentes de la cultura vallenata, ya sea por realizar concursos de piquería, canciones, presentaciones culturales o por estar enfocados exclusivamente en su folclor. A esto se suma la importancia que se le da a los patrones de cada municipio y el carácter religioso que en la mayoría de los casos está presente.

Otras temáticas que se incluyen en las celebraciones están relacionadas con la naturaleza, la valoración de la labor campesina, la agricultura, y las artesanías.

Los festivales son el punto de encuentro de diversos aspectos que componen la cultura vallenata, especialmente aquellos más reconocidos y sobresalientes como las composiciones o la maestría para tocar los diferentes aires. No obstante, también pueden poner en valor esos otros componentes con actividades complementarias que enriquecen la experiencia.

Museos: la ventaja de estos espacios yace en la posibilidad de convertirse en comunicadores de los otros componentes de la cultura vallenata que son menos reconocidos. Se convierten en el complemento o profundización de lo que se vive en un festival o de lo que se sabe sobre el vallenato o la cultura local, de tal manera que amplían el público interesado en este patrimonio inmaterial.

En la región hay 8 Casas Museos distribuidos en los municipios de Urumita, Villanueva, San Juan del Cesar y Fonseca. Las temáticas principales están relacionadas con el vallenato, la cultura local, la historia o artistas que han dejado huella y han sido reconocidos en este género musical.

DESCRIPCIÓN DE LAS EXPERIENCIAS

FRANCISCO EL HOMBRE

La leyenda de Francisco El Hombre es reconocida por ser un personaje que recorre toda la región de La Provincia, desde Valledupar hasta Riohacha y desde Riohacha hasta Valledupar, reconocido especialmente por su maestría al tocar el acordeón, su fiel compañero en las narraciones de los caminos que recorría. La historia que se narra para la conceptualización de este producto vallenato sirve como base transversal de la conexión entre los municipios de esta región (sumando Riohacha y Valledupar como epicentros de llegada aérea). Para el caso específico de los festivales es útil el desarrollo de su historia como una ruta en la que se disfrutaron estas celebraciones locales con componentes de la cultura vallenata.

En este sentido, el recorrido por la región comienza en el mes de **abril** con el Festival de la Leyenda Vallenata de Valledupar, el punto clave directamente relacionado con toda la cultura vallenata.

“El personaje de Francisco El Hombre reúne la cultura vallenata de juglares que se inspiran en su entorno, que narran historias cotidianas con canciones y melodías que resuenan en la mente de quienes las escuchan e incluso en el corazón de quienes las sienten. El Festival de la Leyenda Vallenata, así como este Hombre, reúne en un solo espacio lo más reconocido de esta cultura, no a través de una leyenda sino de sus concursos, artistas, actividades y de su público”.

En este mismo mes, en el municipio de El Molino se viven las Fiestas Patronales de La Virgen del Rosario, una celebración pluricultural que nace de un momento de la historia del siglo XVI, en el que, según una leyenda, esta virgen hace un milagro en medio de unos combates entre españoles e indígenas. Durante los días de la fiesta se celebra una misa en todos los municipios, desde Fonseca hasta Valledupar con la visita del Obispo y en el municipio se hace una procesión donde los indígenas Cariachiles danzan con trajes típicos haciendo alusión a las confrontaciones que hubo y hacen ofrendas a la virgen por los favores recibidos con productos locales como la yuca, el plátano o la piña.

“Si hay algo que identifique a esta región y especialmente a sus habitantes, es su fe católica, presente en su cotidianidad, en su historia e incluso en sus canciones vallenatas. Así que si hay algo sobre lo que Francisco tuvo que haber cantado fue sobre la virgen, quien seguro cuidó parte de su camino y estuvo presente en momentos en los que se sintió perdido. Los Cariachiles no solo danzan su historia, sino que la viven y la transforman. Hoy en día se pueden apreciar grupos vallenatos conformados por indígenas”.

En **mayo**, Barrancas, Distracción y San Juan del Cesar tienen sus respectivas celebraciones a Santa Rita de Casia, al vallenato y a la Virgen María Auxiliadora. En los tres espacios se vive el vallenato de formas distintas. En el primero hay poesía, oratoria, cuentería y piquería. El segundo está hecho para quienes quieren una pequeña prueba del Festival de la Leyenda Vallenata, en un espacio en el que se puede conocer a futuras celebridades (aquí se presentó Martín Maestre) y sus pasos previos a la gran presentación que puede llegar a ser el trampolín de su carrera en el festival de festivales en Valledupar, o también para quienes añoran un poco más de Festival vallenato durante el año. El tercero, gira en torno a la virgen María, con la particularidad de que tiene su propio concurso de canción inédita, para aquellos que la tienen como inspiración.

“la fe continúa presente en el camino de este Hombre, con algunos giros inesperados de nuevos personajes católicos como lo es Santa Rita de Casia, patrona de las causas perdidas, quien probablemente intercediera en su encuentro con el diablo. Y fiel a su acordeón, da los primeros pasos en escenarios diferentes a las montañas y los ríos, con otros artistas potenciales de la zona que completaban su grupo con cantos, guacharacas y cajas, y con públicos más amplios. De nuevo, otra mujer lo inspira, viene a auxiliarlo en los pasos peligrosos que ha dado”.

Barrancas y San Juan del Cesar se vuelven a presentar en **junio** con nuevas propuestas. Para el primero se tiene como protagonista al Río Ranchería, en torno al cual se hace alusión al folclor vallenato con concursos de canción inédita comercial, canción costumbrista, acordeón aficionado, piquería y cantante aficionado junto a la celebración de la misa del patrono San Lorenzo. La propuesta de San Juan es protagonizada por su patrono San Juan Bautista y el aniversario del municipio, para ello se llevan a cabo encuentros culturales, de compositores, exposiciones culturales de comidas típicas, actos litúrgicos y la procesión del patrono. Además, en este municipio, eventualmente se hace el Festival Folclórico de la Patilla, en el que se resalta la importancia de la labor del campesino, y se desarrollan actos folclóricos, deportivos y culturales como piquerías y concursos de canción inédita.

“Un nuevo patrono lo acompaña ahora, San Juan Bautista, quien fuera un predicador itinerante como fue narrador errante Francisco El Hombre. En uno de sus sueños, Francisco experimenta el bautizo de San Juan para limpiarlo de todos los pecados cometidos. Este patrono canta a la orilla del Río Ranchería junto al acordeón de El Hombre, se comen una patilla y entran al agua donde San Juan utiliza la mitad del cascarón de la patilla, cortado y vaciado, como cuenco para mojar la cabeza de Francisco, para continuar el ritual con su unión completa en el río”.

Septiembre es el mes de Fonseca, el mes del Retorno, de vivir el Festival que tiene como invitados a aquellos fonsequeros que nacieron en el pueblo pero que viven en otra ciudad desde hace más de 20 o 30 años. La tradición es llevar a esas personas al río Ranchería, donde uno de los parranderos se viste de cura y lo bautizan. El ritual del bautizo se hace tanto para personas que se han ido como para personas que han llegado a vivir en el municipio y tienen muchos años de estar ahí. Se bautiza a aquellos que le han aportado al municipio. Otra actividad que se realiza es el "hilito de oro",



momento en el que se entrega un objeto a las personalidades del municipio que hayan tenido reconocimiento o que han dejado en alto el nombre del municipio a nivel nacional o internacional. Hay eventos de piquería y se celebra la fiesta de San Agustín.

“vuelve a la orilla en medio de una celebración de los habitantes de la zona, quienes danzan a su alrededor mientras lo envuelven con un hilo de oro. En medio de un aura iluminada de tranquilidad e inspiración, sigue su camino acompañado del patrono local, San Agustín, quien le explica su idea de que el universo no nació en el tiempo, sino con el tiempo. ¿el universo y el tiempo surgen al mismo tiempo?”.

Para el mes de **octubre**, Barrancas ofrece el Festival del Carbón con danzas Wayúu, concursos de canciones inéditas, de piquería, canción de acordeoneros, foros, conversatorios y el evento central de la entrega de la Orden del Carbón a quienes le han prestado servicio a la comunidad barrenquera. El festival inicia con las fiestas patronales de la Virgen del Pilar, por celebrarse en la misma época. El municipio de la Jagua también conmemora las fiestas patronales de esta Virgen junto con el Festival de la Vela del Marquesote donde hay concursos de aficionados, piquerías y canción inédita. Por su parte, Villanueva llega con el Festival Cuna de Acordeones, declarado Patrimonio Cultural y Artístico de la Nación. Su esencia son los concursos de acordeón profesional, aficionado, infantil, piquería y canción inédita. Además, este es el espacio donde el municipio muestra sus costumbres y sus danzas.

“en un nuevo caserío Francisco es invitado a la entrega de la Orden del Carbón a la patrona del lugar, la Virgen del Pilar, donde toca su acordeón como parte del grupo vallenatero que acompaña la ceremonia. Como agradecimiento, la Virgen le entrega una gema de jaspe, más conocida como “El Pilar”. Esta roca verde reemplaza una de las teclas de su instrumento para darle un toque especial a su presentación en la Cuna de los Acordeones”.

Al llegar diciembre con su alegría, el Festival Nacional de Compositores cobra vida en San Juan del Cesar. Es el espacio para rendirle tributo a los compositores de la región, para lo cual se realizan concursos de canción inédita, día de compositores, concursos de piquería y presentaciones culturales y artísticas.

“al levantarse de este largo sueño, busca su acordeón, tal vez esperando que tenga una gema de jaspe incrustada. Continúa por otros caminos y aunque dicen que no componía, los paisajes lo inspiraban cada vez más a componer algo o, al menos, a narrar nuevas historias, como la del personaje que luego se convertiría en ídolo del municipio sanjuanero”.

“Por un tiempo no se vuelve a saber nada de Francisco, solo se escuchan rumores de una piquería que tuvo lugar en algún rincón de la región”.

El recorrido termina en marzo, con el Festival de Francisco El Hombre en Riohacha, lugar donde se encuentra su tumba y se le da vida a la Leyenda.

“esta es la historia que luego se convertiría en Leyenda: mientras caminaba se dio cuenta de que alguien le contestaba con el acordeón, pero de una forma muy superior a la suya. Él se erizó y se lo tomó como una rivalidad porque el otro acordeón tocaba la misma canción que él. Aceptó el reto y una canción tras otra fue vencido por la superioridad de aquel acordeón. Sintió un olor a azufre y se persuadió que era Satanás. En ese momento pensó en rezar un Padre nuestro, pero no era suficiente. Entonces se le ocurrió cantar el credo al revés. En cuanto el demonio lo escuchó se apabulló. ¿Cómo podía defenderse? ¿Y cómo podía contestarle? El diablo se dio por vencido y huyó en una nube oscura de azufre. Fue ahí cuando Francisco comprobó definitivamente que había vencido al demonio”.

FESTIVALES CONGELADOS EN EL TIEMPO

Como parte de la experiencia con los festivales, en cada museo de la región tener una muestra especial relacionada con el último festival que se haya realizado, de acuerdo con el cronograma de los festivales que para el 2018 fue así:



- Abril: Festival de la Leyenda Vallenata en Valledupar, Fiestas Patronales de La Virgen del Rosario en El Molino.
- Mayo: Festival de la Confraternidad en Barrancas, Festival de Los Laureles en Distracción, Festival de la Canción en San Juan del Cesar.
- Junio: Festival del Río Ranchería en Barrancas, Festival de la Patilla y Fiestas Patronales en San Juan del Cesar.
- Septiembre: Festival del Retorno en Fonseca.
- Octubre: Festival del Carbón en Barrancas, Festival Cuna de Acordeones en Villanueva, Fiestas Patronales en La Jagua.
- Diciembre: Festival Nacional de Compositores en San Juan del Cesar.
- Marzo: Festival de Francisco El Hombre en Riohacha.

Por ejemplo, para una muestra que se haga entre diciembre y febrero en la Casa Museo de la Cultura Villanuevera del municipio de Villanueva, tendría que tenerse en cuenta el Festival Nacional de Compositores, así que podría resaltarse la maestría de algún compositor local como Rosendo Romero Ospina, con un recorrido por sus canciones con la música en vivo (Villanuevera, Fantasía, El amor de un cultivo, etc.) y algunos datos curiosos de su día a día.

La muestra debe cambiar luego de cada festival, de tal manera que se mantengan congeladas durante un tiempo estas celebraciones para quienes quieran verlas desde otra perspectiva. No importa el municipio en el que se haga el festival, lo importante es que en cada museo se conecte el tema con algo relacionado a su municipio, a los temas que se manejan en su museo o a algo que no se esté trabajando en los demás museos de la región.

Para organizar la programación del año, se debe trabajar en equipo con la red de museos de la región (ver acciones e inversiones), de tal manera que entre todos se definan las generalidades que se desarrollarán y la forma de abordarlo en conjunto (teniendo en cuenta el desarrollo de actividades que involucren experiencias distintas, sensoriales, que generen recordación y disfrute en los asistentes: creación de instrumentos musicales, uso de juegos tradicionales, arte, historia, cultura local, etc.).

SERVICIOS INCLUIDOS

- Transporte de Valledupar o Riohacha al hospedaje ida y regreso.
- Entradas a las principales actividades del festival que elijan.
- Entrada a los museos.
- Alojamiento.

RECURSOS PRINCIPALES

- Festivales de la región:
 - ☞ Valledupar: Festival de la Leyenda Vallenata.
 - ☞ El Molino: Fiestas Patronales de La Virgen del Rosario.
 - ☞ Barrancas: Festival de la Confraternidad, Festival del Río Ranchería, Festival del Carbón.
 - ☞ Distracción: Festival de Los Laureles.
 - ☞ San Juan del Cesar: Festival de la Canción, Festival de la Patilla, Fiestas Patronales, Festival Nacional de Compositores.
 - ☞ Fonseca: Festival del Retorno.
 - ☞ Villanueva: Festival Cuna de Acordeones.
 - ☞ La Jagua: Fiestas Patronales.
 - ☞ Riohacha: Festival de Francisco El Hombre.
- Museos de la región:
 - ☞ Villanueva: Casa museo de la cultura villanuevera.
 - ☞ Urumita: Casa de la Gota Fría.



- ☞ San Juan del Cesar: Museo Carrizal, Casa de la ventana marroncita, Casa de la mamá de Juancho Rois y Casa Galería Rosa Elvira Díaz.
- ☞ Fonseca: Casa museo de Fonseca La Provinciana y Museo Histórico de Fonseca.

BENEFICIOS ASOCIADOS

Simbólicos:

- Vivir celebraciones con componentes vallenatos en la región de origen de cultura, con la posibilidad de conocer de cerca a cultores y artistas que hacen parte de la historia viva del lugar.
- Profundizar en la historia y anécdotas locales relacionadas con la cultura vallenata.

Vivenciales:

- Disfrutar de parrandas y concursos vallenatos en su máxima expresión.
- Entender el vallenato como producto de un proceso de mestizaje y de una mezcla cultural.
- Recorrer parte de la ruta de Francisco el Hombre a través de los festivales y museos de la región.

MERCADOS

Nacionales

- Valledupar
- Barranquilla
- Santa Marta
- Santander / Norte de Santander
- Bogotá

Internacionales

- Argentina
- Estados Unidos
- España
- Canadá

SEGMENTOS

- Grupos de amigos (asistentes a festivales).
- Vallenatero.
- Excursionista cultural musical.
- Musical sofisticado.

PROMOCIÓN DISTRIBUCIÓN

Operadores locales, agencias mayoristas dentro y fuera del país.
 Redes sociales de los prestadores de servicios turísticos.
 ProColombia.
 Ferias de turismo cultural.

ACCESIBILIDAD/CONECTIVIDAD

Llegada en avión al aeropuerto Alfonso López de Valledupar o Almirante Padilla de Riohacha.
 Transporte terrestre hacia los municipios en recorridos desde Valledupar de 50 minutos a 1 hora y desde Riohacha de 2 horas, 30 minutos a 3 horas.



COLABORADORES

Dueños de los museos: son personas fundamentales en la construcción del producto ya que será en sus lugares donde se llevará a cabo la ruta relacionada con los festivales. Es importante contar con su colaboración y cooperación para crear temáticas específicas en cada uno de estos museos (que en su mayoría son casas museo) de tal forma que no se repitan los contenidos entre ellos.

Museógrafos: personas con conocimientos sobre el montaje de exposiciones en museos en forma y contenido como apoyo y asesores en todo el proceso.

Organizadores de los festivales: de ellos depende que la programación de festivales para el año se cumpla y con ello que los museos puedan organizar su propia programación de exposiciones relacionadas.

Universidades e investigadores de la cultura: es importante contar con la investigación sobre estos temas para brindar información verídica y sustentada desde la academia.

Agencias de Viajes de Turismo Receptivo – DMC's y operadoras: encargadas de armar la logística para que el producto sea viable y de dialogar con las diferentes Casas Museos de la región para la recreación del producto.

Emisoras radiales locales: medios locales de promoción y difusión de los festivales y las exposiciones que se vivirán en los museos.

Gobernación de La Guajira y Alcaldías de los 8 municipios (secretarías de cultura): gestores o parte de los financiadores de los festivales.

ACCIONES E INVERSIONES

- G.1. A.1. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales: gestión para el arreglo de las vías de acceso a la región, sobre todo, la comunicación ente Riohacha y el Sur de la Guajira que está en muy malas condiciones, limitando el desarrollo turístico.
- G.1. A.2. Propietarios de vehículos y empresas de transporte municipal en el sur de la Guajira, con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar la oferta de transporte en cuanto a la disponibilidad, formalidad y calidad del servicio, manteniendo la competitividad de los precios.
- G.1. A.3. Establecimientos gastronómicos con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar las condiciones de la oferta de restauración, es decir, aumentar la variedad de la oferta y, sobre todo, mejorar la calidad de los productos.
- G.1. A.4. Cámara de Comercio, Empresarios e Inversionistas de la región: mejorar la oferta de servicios turísticos y, sobre todo, el servicio, para que la satisfacción de los turistas sea cada vez más alta y se genere una cultura de precios altos para productos con valor agregado y no precios bajos para productos de baja calidad.
- G.1. A.5. Universidad de La Guajira / Gestores locales de la cultura vallenata: realizar investigación (entre profesionales de áreas sociales y personas de la comunidad) sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios con sus respectivos personajes, canciones, épocas, dinastías, piquerías, entre otros aspectos y darlas a conocer a través de las Casas de la Cultura y Casas Museos.
- G.1. A.6. FONTUR / ProColombia / Gobernación de La Guajira / Alcaldías municipales: crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados para mostrarla y que incluya los municipios del Sur de La Guajira, Valledupar y Riohacha.



- G.1. A.7. MinCIT a través del Viceministerio de Turismo / FONTUR / Gobernación de la Guajira / Empresarios de la Región / Cámara de Comercio de la Guajira: organizar *workshops* para dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y la oferta de productos alrededor de la música vallenata.
- G.1. A.8. MinCIT a través de INNPULSA: asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, se incremente la formalización, así como la gestión comercial que, como empresas, puedan hacer de los productos.
- G.1. A.9. Alcaldías Municipales / Asociaciones comunitarias de turismo: hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.
- G.1. A.10. Alcaldías Municipales / Empresarios – Prestadores de Servicios Turísticos: disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.
- P.1. A.11. Alcaldías Municipales / Gobernación de la Guajira / Ministerio de Cultura / FONTUR: financiar los Festivales en la región, así como asistirlos técnicamente para la generación de una agenda concertada de tal manera que no se crucen entre ellos.

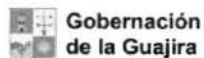
NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

- Guianza turística e interpretación del patrimonio cultural.
- Capacitación en el montaje y gestión de museos (Museología).
- Capacitación en idiomas.
- Capacitación en la creación y representación de guiones en los recorridos.
- Capacitación sobre la historia del vallenato.
- Capacitación sobre el servicio al cliente.
- Capacitación sobre servicio de A&B, el manejo de alimentos y la presentación de platos.



El progreso es de todos

Mincomercio



MAPA

Ilustración 44. Mapa producto "Celebra lo que somos, nuestros festivales y otras historias"



Exposiciones de museos



Historia de Francisco el Hombre



Componentes de cada festival

Temáticas

- Francisco el Hombre
- Esencia de los festivales
- Museos

Elementos

Servicios

- Hospedaje
- Alimentación
- Transporte
- Guianza
- Entrada a los museos



Convenciones

- ☆ Festival
- 📍 Atractivo museístico
- Carretera nacional pavimentada
- Otras vías
- Fuentes hídricas

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018



4.2.3. Subproductos turísticos

PRODUCTO PRINCIPAL:	Turismo de naturaleza	
SUBPRODUCTO:	INTERCAMBIO NATURAL, ESPACIOS QUE MARCAN LA HISTORIA	
DURACIÓN:	2-3 días.	
ATRIBUTOS:	Aprendizaje	● ● ● ● ●
	Entretenimiento	● ● ●
	Interacción	● ● ●
	Relajación	● ● ● ● ●

CONCEPTO

Serranía del Perijá: hace parte de la cordillera oriental de los Andes, por lo cual recorre parte del Norte de Santander, Cesar y La Guajira en Colombia y el estado de Zulia en Venezuela. En el año 2012, 23.882 hectáreas fueron declaradas Distrito de Manejo integrado Serranía de Perijá, los cuales están ubicados en los municipios de Barrancas, Fonseca y San Juan del Cesar. Esta declaratoria se hizo con el fin de proteger la perpetuidad de los ecosistemas de bosques secos, andinos y subandinos existentes, así como para proteger los hábitats de las especies de aves migratorias boreales, salvaguardar las cuencas hidrográficas de los ríos Cañaverales, Palomino y Cerrejón, al igual que los arroyos Conejo, La Quebrada, Seco y Caurina. En 2016 fueron declaradas 9.301 hectáreas como Parque Natural Regional Cerro Pintao-Serranía del Perijá, dentro de los municipios de La Jagua del Pilar, Urumita, Villanueva, El Molino y San Juan del Cesar.

Balnearios-Ríos-Pozos: El sur de La Guajira se diferencia de las otras regiones del departamento por la presencia de fuentes hídricas como ríos y riachuelos que en sus cauces dan forma a balnearios en los que las personas de la comunidad disfrutan momentos de diversión. Los más reconocidos han sido los ríos Ranchería y Cesar. El primero recorriendo las tierras de los municipios de Barrancas, Distracción y Fonseca; el segundo, atravesando San Juan del Cesar y Villanueva; o el tercero, siendo el lugar de desembocadura del río Villanueva y del río El Molino. Además de estos afluentes, se encuentran el río Mocho en Urumita y el río Marquesote entre La Jagua del Pilar y Urumita.

Lugares como Río Marquesote en La Jagua del Pilar; Balneario Marquesote, Pozo de Pato, Pozo Siete Apellidos y Río Villanueva en Villanueva; Balneario el Rincón y Balneario La Hoyita en El Molino; Balneario El Totumo, Balneario Salto de la Junta, Pozo de la Estrella en San Juan del Cesar; Balneario El Silencio, Balneario La Represa, Balneario Paso Ancho en Distracción y Balneario Pozo Hondo y río Ranchería en Barrancas se convierten en espacios para disfrutar de la naturaleza.

DESCRIPCIÓN

La experiencia incluye un día para conocer la fauna y flora local, relacionada específicamente con la Serranía del Perijá. El segundo día se recorre en bicicleta una zona de la región (desde temprano para que el recorrido no sea desgastante por las altas temperaturas) visitando diferentes balnearios, terminando con la degustación de un plato típico dependiendo de la disponibilidad de ingredientes (malangada, amasijos de maíz).

*En caso de lluvias (muy comunes en la región) se propone continuar con la actividad en bicicleta, pero por un tramo más corto complementada con un tramo en automóvil hasta un hotel con capacidad suficiente para recibir a los turistas y que puedan cambiarse cómodamente, descansar y disfrutar de la preparación de un plato típico con la opción de hacer parte del proceso y aprender cómo lo hacen.



“PAZ EN EL PERIJÁ” SERRANÍA DEL PERIJÁ - CENTRO ECOTURÍSTICO Y CULTURAL FARIANO DEL PERIJÁ:

En la vereda Pondores, Corregimiento de Conejo, Fonseca está ubicado el Centro Ecoturístico y Cultural Fariano del Perijá en el que se está desarrollando desde el 2017 un proyecto ecoturístico por parte de la organización Fariano del Perijá. Esta organización está integrada por excombatientes de las FARC y personas de la comunidad, dentro del marco de los Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación (ETCR). La ONU, el SENA, Corpoguajira, el Viceministerio de Turismo y algunas agencias de turismo han apoyado en procesos de capacitación en aviturismo, ABC del turismo, mesas de trabajo y pilotajes de los productos que ofrecen, dentro de los que están la casa de la memoria, la Granja Nueva Colombia o el Campamento Fariano. El corregimiento de Conejo donde están ubicados colinda con la Serranía del Perijá, cadena montañosa que forma parte de la cordillera Occidental, por lo cual es un lugar atractivo para conocer la fauna y flora de la región en su estado natural.

El objetivo de este proyecto que están desarrollando tiene componentes culturales, ecológicos y agrícolas que contribuyen al proceso de reincorporación económica y social de la población excombatiente y promueven el desarrollo de la región. Para ello, generan espacios pedagógicos de intercambio y reconciliación a través de la reconstrucción de la historia del territorio y del conflicto, junto con servicios turísticos que promueven atractivos de la región.

De esta manera, se hace un recorrido por cada una de las unidades productivas del ETCR: casa de la memoria, fogón fariano, senderos de naturaleza, granja integral, campamento fariano, restaurante, biblioteca y plaza central.

“LA SIERRA” SERRANÍA DEL PERIJÁ-URUMITA:

Otra opción es hacer el recorrido de la Serranía desde Urumita, con intérpretes locales y las historias de los campesinos que vivieron un proceso de resistencia y adaptación a las dinámicas que llevó la época de la violencia a esta zona. Desde aquí también se hace interpretación de la fauna y flora desde su relación con la comunidad, la música, la alimentación, las creencias espirituales y la construcción. El recorrido inicia y finaliza en una finca cafetera donde podrán conocer sobre el café de la región. Y si el clima está nublado o lluvioso aprovechar la oportunidad para narrar la leyenda que hizo famoso a Francisco el Hombre, su encuentro con el diablo en un espacio natural como ese. En las fincas pueden ofrecer jugos naturales con frutas cultivadas allí, que tengan nombres de artistas o canciones vallenatas.

CICLOBALNEARISMO

Desde temprano en la mañana salir en bicicletas desde la casa de la cultura del municipio en el que se hayan hospedado (Ver acciones e inversiones) con el propósito de recorrer algunos balnearios ubicados en los municipios cercanos de los que se nombraron anteriormente. Al finalizar el recorrido, los turistas tendrán la oportunidad de aprender a hacer un plato típico de la región en un establecimiento gastronómico u hotel, a modo de taller de cocina. De regreso tendrán la opción de irse en las ciclas o en un vehículo, ya que las ciclas pueden ser llevadas en una camioneta hasta el municipio más cercano.

En dado caso que sea un día de lluvia la propuesta del recorrido en bicicleta se mantendría solo que más corto y complementado por un trayecto en automóvil de tal manera que las personas también puedan vivir la experiencia de la naturaleza bajo la lluvia como decía Rafael Escalona, con “lágrimas de alegría del cielo”. El trayecto se hace en dirección a un hotel con la capacidad suficiente para que



cada persona pueda cambiarse y bañarse si quiere, se organice el taller de cocina típica de la región y todos puedan comer allí.

Los artesanos de la región pueden completar cualquiera de las actividades con un taller creativo o un espacio de tertulia en el que muestran el valor de las artesanías (cultural y ambiental). Incluso pueden desarrollar otros productos para ser utilizados en las actividades o promovidos como recuerdo que se llevarían los turistas.

Teniendo en cuenta que la naturaleza es inspiración en las canciones vallenatas, este producto se puede complementar con algunas de las actividades propuestas en la ficha de "¡Ay Hombre! Un jolgorio vallenato". Sin embargo, dependerá del tipo de segmento al cual esté dirigido.

SERVICIOS INCLUIDOS

- Guianza
- Transporte a los lugares
- Casco y chaleco reflectivo para bicicletas
- Desayunos, almuerzos y refrigerios
- Entrada al centro ecoturístico

RECURSOS PRINCIPALES

- Centro Ecoturístico y Cultural Fariano del Perijá (opcional).
- Serranía del Perijá.
- Finca cafetera (opcional).
- Platos típicos (malangada, amasijos de maíz).
- Uno o dos de los siguientes atractivos:
 - ☞ Río Marquesote en La Jagua del Pilar.
 - ☞ Balneario Marquesote en Urumita.
 - ☞ Pozo de Pato en Urumita.
 - ☞ Pozo Siete Apellidos en Urumita.
 - ☞ Río Villanueva en Villanueva.
 - ☞ Balneario el Rincón en El Molino.
 - ☞ Balneario La Hoyita en El Molino.
 - ☞ Balneario El Totumo en San Juan del Cesar.
 - ☞ Balneario Salto de la Junta en San Juan del Cesar.
 - ☞ Pozo de la Estrella en San Juan del Cesar.
 - ☞ Balneario El Silencio en Distracción.
 - ☞ Balneario La Represa en Distracción.
 - ☞ Balneario Paso Ancho en Distracción.
 - ☞ Balneario Pozo Hondo en Barrancas.
 - ☞ Río Ranchería en Barrancas.

BENEFICIOS ASOCIADOS

Funcionales: alojamiento, alimentación, guianza, transporte.

Simbólicos:

- Visitar la Serranía del Perijá protegida por el Sistema Nacional de Parques Nacionales debido a su importancia biológica, y conocerla a través de narraciones de primera mano de quienes la han recorrido por muchos años, viviendo de cerca la evolución del postconflicto y los proyectos que se han materializado después del Acuerdo de Paz con la otrora FARC.
- Conocer espacios que han hecho parte de la cultura vallenata, patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.



Vivenciales:

- Recorrer paisajes inspiradores.
- Cocinar de la mano de mujeres que mantienen la tradición en los platos que preparan.
- Dejarse contagiar del misticismo de las montañas y los caminos recorridos por una leyenda del vallenato.
- Aportar a la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial del vallenato a través de una actividad de contemplación ambientalmente amigable y saludable.

MERCADOS

Nacionales

- Valledupar
- Barranquilla
- Santa Marta
- Santander / Norte de Santander
- Bogotá

Internacionales

- Estados Unidos
- España
- Brasil
- Argentina
- Reino Unido*
- Chile*
- Alemania*
- Australia*

*Mercados en los que Colombia tiene oportunidad de desarrollo en turismo de naturaleza según su Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza.

SEGMENTOS

- Aventureros
- Familias
- Asistentes a eventos

PROMOCIÓN DISTRIBUCIÓN

Operadores locales, agencias mayoristas dentro y fuera del país.

Redes sociales de los prestadores de servicios turísticos.

ProColombia.

Ferías de turismo de naturaleza.

ACCESIBILIDAD/CONECTIVIDAD

Llegada en avión al aeropuerto Alfonso López de Valledupar o Almirante Padilla de Riohacha.

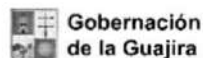
Transporte terrestre hacia los municipios en recorridos desde Valledupar de 50 minutos a 1 hora y desde Riohacha de 2 horas, 30 minutos a 3 horas.

COLABORADORES

Agencias de Viajes de Turismo Receptivo – DMC's y operadoras: encargadas de armar la logística para que el producto sea viable.

Establecimientos de alojamiento o gastronómicos: encargados del taller de gastronomía típica local.

Casas de la cultura: en principio, son quienes gestionan el préstamo de las bicicletas y el cuidado de los implementos.



Dueños de fincas cafeteras: de su organización depende la experiencia que viven los visitantes y el conocimiento sobre la producción de café. Todo ello teniendo en cuenta los componentes de sostenibilidad para el cuidado del entorno.

Centro Ecoturístico y Cultural Fariano Del Perijá: la evolución de los proyectos gestionados por el centro permite mejorar la calidad y la oferta de las actividades para los visitantes, teniendo en cuenta los componentes de sostenibilidad para el cuidado del entorno.

ACCIONES E INVERSIONES

- G.1. A.1. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales: gestión para el arreglo de las vías de acceso a la región, sobre todo, la comunicación ente Riohacha y el Sur de la Guajira que está en muy malas condiciones, limitando el desarrollo turístico.
- G.1. A.2. Propietarios de vehículos y empresas de transporte municipal en el sur de la Guajira, con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar la oferta de transporte en cuanto a la disponibilidad, formalidad y calidad del servicio, manteniendo la competitividad de los precios.
- G.1. A.3. Establecimientos gastronómicos con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar las condiciones de la oferta de restauración, es decir, aumentar la variedad de la oferta y, sobre todo, mejorar la calidad de los productos.
- G.1. A.4. Cámara de Comercio, Empresarios e Inversionistas de la región: mejorar la oferta de servicios turísticos y, sobre todo, el servicio, para que la satisfacción de los turistas sea cada vez más alta y se genere una cultura de precios altos para productos con valor agregado y no precios bajos para productos de baja calidad.
- G.1. A.5. Universidad de La Guajira / Gestores locales de la cultura vallenata: realizar investigación (entre profesionales de áreas sociales y personas de la comunidad) sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios con sus respectivos personajes, canciones, épocas, dinastías, piquerías, entre otros aspectos y darlas a conocer a través de las Casas de la Cultura y Casas Museos.
- G.1. A.6. FONTUR / ProColombia / Gobernación de La Guajira / Alcaldías municipales: crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados para mostrarla y que incluya los municipios del Sur de La Guajira, Valledupar y Riohacha.
- G.1. A.7. MinCIT a través del Viceministerio de Turismo / FONTUR / Gobernación de la Guajira / Empresarios de la Región / Cámara de Comercio de la Guajira: organizar *workshops* para dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y la oferta de productos alrededor de la música vallenata.
- G.1. A.8. MinCIT a través de INNPULSA: asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, se incremente la formalización, así como la gestión comercial que, como empresas, puedan hacer de los productos.
- G.1. A.9. Alcaldías Municipales / Asociaciones comunitarias de turismo: hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.
- G.1. A.10. Alcaldías Municipales / Empresarios – Prestadores de Servicios Turísticos: disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.



- P.2. A.1. Emprendedores / Empresarios Locales / Agencias de Viajes de Turismo Receptivo – DMC's: Aprovechando el buen estado de las carreteras y la baja dificultad para recorrerlas en bicicleta, podrán invertir en bicicletas, cascos y chalecos reflectores para hacer recorridos en los municipios de Urumita, Villanueva, San Juan del Cesar, Fonseca y Barrancas, por ser los que tienen hospedaje y Casas de la Cultura (para el caso de Fonseca sería el CREM-Centro de Recursos Educativos Municipales). Incluso, podrían adaptarse como los bicicorredores de Bogotá https://www.idrd.gov.co/pedalea_por_bogota/ticeduca_bicicorredores.html o el programa "en cicla" de Medellín <http://www.encicla.gov.co/como-funciona/>. Para el caso del programa propuesto para los turistas que quieren recorrer parte de la región del sur de La Guajira en este medio, debe tener un valor por hora que se utilizará para el mantenimiento de las bicicletas y para promover programas de salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial vallenato. Este alquiler se podrá hacer a través de prestadores de servicios turísticos de los municipios de la región. Estos prestadores deberán hacerse responsables del buen uso del activo que deberá incluir cascos y chalecos reflectores de uso obligatorio, recomendaciones de seguridad y un contrato en el que se exige al prestador de cualquier daño ocasionado por la realización de la actividad. Los centros culturales deben estar interconectados, de tal manera que sea posible dejar la cicla en cualquier casa cultural sin importar el punto de partida.
- P.2. A.2. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales / Ministerio de Transporte: Mejorar las condiciones de las ciclorutas existentes, así como crear / adaptar nuevas entre municipios para que cada vez sea más llamativo recorrerlas.
- P.2. A.3. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales / Viceministerio de Turismo: incluir los balnearios y la Serranía del Perijá de la zona sur de La Guajira como atractivos en la promoción de la página web recorrecolombia.com del MinCIT.
- P.2. A.4. Establecimientos hoteleros o establecimientos gastronómicos: estructurar los talleres de gastronomía con los implementos necesarios para que los turistas vivan toda la experiencia de cocinar.

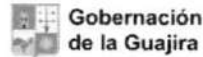
NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

- Guianza turística e interpretación del patrimonio natural.
- Capacitación en idiomas.
- Capacitación en la creación y representación de guiones en los recorridos.
- Capacitación sobre la historia del vallenato.
- Capacitación sobre el servicio al cliente.
- Capacitación sobre servicio de A&B, el manejo de alimentos y la presentación de platos.



El progreso es de todos

Mincomercio



GRÁFICO

Ilustración 45. Mapa subproducto "Intercambio natural, espacios que marcan la historia"



Bicicletas



Unidades productivas del ETCR



Fincas cafeteras

Elementos

Servicios

- Hospedaje
- Alimentación
- Transporte
- Guianza
- Transporte de bicicletas
- Entrada al centro ecoturístico

Temáticas

- Conocimiento de flora y fauna
- Gastronomía típica
- Procesos de reincorporación del posconflicto
- Vivencias de campesinos durante el conflicto



Convenciones

- Atractivo natural
- Carretera nacional pavimentada
- Otras vías
- Fuentes hídricas

Fuente: Inmark Europa S.A. Sucursal Colombia, 2018

PRODUCTO PRINCIPAL:	Agroturismo
SUBPRODUCTO:	CAFÉ CON AROMA VALLENATO
DURACIÓN:	2 días.
ATRIBUTOS:	Aprendizaje ● ● ● ● ● Entretenimiento ● ● Interacción ● ● ● ● Relajación ● ● ● ●

CONCEPTO

Fincas cafeteras: entre los años 2008 – 2012 se llevó a cabo la “Estrategia regional de transición del Sur de La Guajira” entre USAID y el Gobierno colombiano para apoyar el ámbito productivo de las zonas rurales de los municipios del Sur de La Guajira. Para ello, se formuló el Plan de Acción para el producto del café, en el cual se identificó como objetivo principal: aumentar la competitividad del café de la zona Sur de La Guajira y con ello aumentar la calidad de vida de los caficultores. De esta zona se resaltó el proceso sostenible de producción de café y se buscó el impulso de las marcas Típica Perijá, Anei orgánico y Flo Nacer orgánico (Tiwen) que hoy son parte de programas de cafés especiales de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Estos son producidos entre la Sierra Nevada de Santa Marta y La Serranía del Perijá. Urumita, Villanueva y Barrancas son los municipios con mayor cantidad de áreas sembradas de café.

La Asociación de Mujeres Cafeteras del Perijá (AMUCAFEP) cumple el rol de reunir a aquellas mujeres encargadas de diferentes fincas productoras de café con interés en desarrollar el turismo en su territorio relacionando esta producción con aspectos culturales y con el folclor vallenato.

Dichas organizaciones de base comunitaria permiten conocer el nivel de empoderamiento de las personas locales y el interés por trabajar de mejor forma en el ámbito turístico al percibirlo como una actividad económica alternativa en su modo de vida que posibilita la conservación ambiental y la revaloración de la cultura.

Recientemente, María Carolina Farfán, de AMUCAFEP, fue elegida por Juan Valdez para ser parte un programa especial a nivel nacional destacando la labor campesina y la calidad del café de La Guajira.

Guacharaca: uno de los instrumentos que hacen parte del conjunto vallenato. Su nombre proviene de un ave que tiene el mismo nombre y su canto es parecido al sonido del instrumento, además, tiene las patas parecidas al pinche/trinche con el que se toca la guacharaca. Se fabrica, entre otros, de caña de playón o de lata (una palmera pequeña).

DESCRIPCIÓN DE EXPERIENCIAS

¿A QUÉ SABE EL CAFÉ?

Aprovechando la organización de las mujeres cafeteras del Perijá y el interés en desarrollar turismo en sus fincas, se propone hacer recorridos por las fincas cafeteras. Con la oportunidad de vivir parte de los procesos de recolección, despulpado, fermentación, lavado, secado y tostado como una experiencia complementada con los cantos vallenatos, las historias de otras épocas campesinas y anécdotas del contexto rural actual de la zona, finalizando con una cata de café urumitero.

La experiencia que comenzaría desde temprano en la mañana podría involucrar la gastronomía con experiencias como moler el maíz para preparar las arepas de las onces o cortar las hojas para cocinarlas.

El producto se puede complementar con paseos a lomo de luma, caminatas entre montañas por caminos que solo recorren los campesinos y la observación de fauna y flora.



CANTA LA GUACHARACA

La propuesta involucra la elaboración de una guacharaca comenzando desde el momento en el que se corta la "lata" hasta que se pule y se pinta. Dependiendo de los grupos se pueden hacer los recorridos a los lugares donde están las plantas de donde se saca la materia prima y luego entregar las ramas pulidas para que solo tengan que hacer las divisiones, o cortar las ramas y que los participantes realicen todo el proceso. Otra opción es que unos hagan la guacharaca y otros hagan el trinche para crear todo el conjunto.

Para actividades con estudiantes (grupos de colegios) se pueden involucrar actividades como la propuesta por el profesor José Manuel Mejía, magíster en Enseñanza de las Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad Nacional de Colombia, en la que se utiliza la guacharaca para enseñar el concepto de frecuencia en física, es decir, el número de veces que las ondas se repiten en una unidad de tiempo determinada. Esto involucra otros componentes académicos benéficos para los procesos de aprendizaje de los estudiantes y para dar nuevas perspectivas a la música vallenata. Con la adecuación de algunas fincas cafeteras para hospedaje de turistas, la duración de las actividades puede extenderse por más días incluyendo el hospedaje.

SERVICIOS INCLUIDOS

- Transporte a las fincas cafeteras.
- Desayunos, almuerzos y refrigerios.
- Alojamiento.
- Guianza.

RECURSOS PRINCIPALES

- Serranía del Perijá.
- Finca cafetera.
- Platos típicos (opcionales).
- Guacharaca.

BENEFICIOS ASOCIADOS

Funcionales:

- Materiales para elaborar la guacharaca.
- Préstamo de botas e implementos para vivir la experiencia cafetera.

Simbólicos:

- Visitar la Serranía del Perijá protegida por el Sistema Nacional de Parques Nacionales debido a su importancia biológica, y conocerla a través de narraciones de primera mano de quienes la han recorrido por muchos años, por caminos creados por los campesinos de la zona.
- Conocer la producción de café orgánico y seleccionado que le da carácter de café especial certificado, de manos de mujeres organizadas en una Red Local.
- Conocer la elaboración de uno de los instrumentos que hace parte del Vallenato, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Vivenciales:

- Recorrer paisajes protegidos por su importancia ecológica, y hacer parte de su cuidado. Vivir estos recorridos en vehículos locales (burros, jeep).
- Elaborar un instrumento musical vallenato desde el momento en el que se recoge la materia prima y de mano de personajes locales que viven la cultura vallenata.
- Experimentar los procesos de elaboración de café.



MERCADOS

Nacionales

- Valledupar
- Barranquilla
- Santa Marta
- Santander / Norte de Santander
- Bogotá

Internacionales

- Estados Unidos
- España
- Brasil
- Argentina
- Reino Unido*
- Chile*
- Alemania*
- Australia*

*Mercados en los que Colombia tiene oportunidad de desarrollo en turismo de naturaleza según su Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza.

SEGMENTOS

- Aventureros.
- Familias.
- SAVE.
- Ecoturista (a mediano plazo).
- Excursionista.

PROMOCIÓN DISTRIBUCIÓN

Operadores locales, agencias mayoristas dentro y fuera del país.

Redes sociales de los prestadores de servicios turísticos.

ProColombia.

Ferias de turismo de naturaleza.

ACCESIBILIDAD/CONECTIVIDAD

Llegada en avión al aeropuerto Alfonso López de Valledupar o Almirante Padilla de Riohacha.

Transporte terrestre hacia Urumita en recorridos desde Valledupar de 1 hora.

COLABORADORES

Asociación de Mujeres Cafeteras del Perijá: gestoras y promotoras del producto en las fincas cafeteras.

Dueños de fincas cafeteras: de su organización depende la experiencia que viven los visitantes y el conocimiento sobre la producción de café. Todo ello teniendo en cuenta los componentes de sostenibilidad para el cuidado del entorno.

Agencias de Viajes de Turismo Receptivo – DMC's y operadoras: encargadas de armar la logística para que el producto sea viable.

ACCIONES E INVERSIONES

- G.1. A.1. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales: gestión para el arreglo de las vías de acceso a la región, sobre todo, la comunicación ente Riohacha y el Sur de la Guajira que está en muy malas condiciones, limitando el desarrollo turístico.



- G.1. A.2. Propietarios de vehículos y empresas de transporte municipal en el sur de la Guajira, con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar la oferta de transporte en cuanto a la disponibilidad, formalidad y calidad del servicio, manteniendo la competitividad de los precios.
- G.1. A.3. Establecimientos gastronómicos con apoyo de la Cámara de Comercio de La Guajira: mejorar las condiciones de la oferta de restauración, es decir, aumentar la variedad de la oferta y, sobre todo, mejorar la calidad de los productos.
- G.1. A.4. Cámara de Comercio, Empresarios e Inversionistas de la región: mejorar la oferta de servicios turísticos y, sobre todo, el servicio, para que la satisfacción de los turistas sea cada vez más alta y se genere una cultura de precios altos para productos con valor agregado y no precios bajos para productos de baja calidad.
- G.1. A.5. Universidad de La Guajira / Gestores locales de la cultura vallenata: realizar investigación (entre profesionales de áreas sociales y personas de la comunidad) sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios con sus respectivos personajes, canciones, épocas, dinastías, piquerías, entre otros aspectos y darlas a conocer a través de las Casas de la Cultura y Casas Museos.
- G.1. A.6. FONTUR / ProColombia / Gobernación de La Guajira / Alcaldías municipales: crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados para mostrarla y que incluya los municipios del Sur de La Guajira, Valledupar y Riohacha.
- G.1. A.7. MinCIT a través del Viceministerio de Turismo / FONTUR / Gobernación de la Guajira / Empresarios de la Región / Cámara de Comercio de la Guajira: organizar *workshops* para dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y la oferta de productos alrededor de la música vallenata.
- G.1. A.8. MinCIT a través de INNPULSA: asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, se incremente la formalización, así como la gestión comercial que, como empresas, puedan hacer de los productos.
- G.1. A.9. Alcaldías Municipales / Asociaciones comunitarias de turismo: hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.
- G.1. A.10. Alcaldías Municipales / Empresarios – Prestadores de Servicios Turísticos: disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.
- P.3. A.1. Gobernación de la Guajira / Alcaldías Municipales: mejorar las condiciones de las vías entre el casco urbano y la Serranía del Perijá, puntualmente, hacia las fincas cafeteras. Esto mejoraría enormemente la producción cafetera en la región y viabilizaría el desarrollo turístico como actividad complementaria.
- P.3. A.2. Alcaldías municipales: Control en el manejo de basuras y disposición final en el territorio.
- P.3. A.3. Asociaciones comunitarias de turismo: Implementación de dinámicas sostenibles en las fincas (manejo de residuos, baños secos, etc.), así como adaptar espacios para la atención del turista y la adquisición de implementos para las actividades.

NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

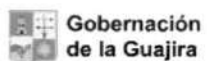
- Guianza turística e interpretación del patrimonio natural.
- Capacitación en barismo.

- Capacitación en gestión de la sostenibilidad en áreas rurales.
- Capacitación en idiomas.
- Capacitación en la creación y representación de guiones en los recorridos.
- Capacitación sobre la historia del vallenato.
- Capacitación sobre el servicio al cliente.
- Capacitación sobre servicio de A&B, el manejo de alimentos y la presentación de platos.



El progreso es de todos

Mincomercio



MAPA

Ilustración 46. Mapa subproducto "Café con sabor vallenato"



Fincas cafeteras



De fabricación de guacharacas

Elementos

Servicios

- Hospedaje
- Alimentación
- Transporte a las fincas cafeteras
- Guianza

Temáticas

- Producción de café
- Instrumentos del vallenato (guacharaca)



Convenciones

- Atractivo natural
- Carretera nacional pavimentada
- Otras vías
- Fuentes hídricas

Fuente: Inmark S.A. Sucursal Colombia, 2018

4.2.4. Recomendaciones generales

Como parte de las acciones nombradas dentro de las fichas descritas anteriormente se recomiendan algunos aspectos generales que se deben priorizar en las estrategias creadas para el desarrollo del presente producto:

- Priorizar la generación de capacidades que redunden en la calidad del talento humano de la región para la satisfacción del turista en el destino, por un lado, y una gestión adecuada del desarrollo turístico en el territorio, por el otro.
- Apropiar el vallenato, siendo este el aspecto más importante de la cultura local, como el principal atractivo turístico y potencial motor de la economía regional en La Provincia. Esto implica la generación de experiencias inolvidables que deben partir de la innovación permanente por parte de los diferentes actores involucrados en el desarrollo turístico del destino.
- Fortalecer los diferentes prestadores de servicios turísticos en la región para lograr niveles de satisfacción cada vez más altos en los turistas que visitan la región.
- Integrar la naturaleza y el vallenato, así como el café, como parte esencial del desarrollo sostenible del territorio.
- Aprovechar la Ruta Aires Vallenatos impulsada por el MinCIT, así como los esfuerzos de ProColombia para posicionar la música como atractivo turístico a nivel mundial para promocionar el destino.
- Involucrar a los prestadores de servicios turísticos y demás actores del territorio, en los esfuerzos que se adelantan desde el MinCultura en torno a la salvaguarda del vallenato como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
- Dar mayor relevancia a la esencia y los aspectos que diferencian cada festival en los municipios del sur de La Guajira para resaltar y fomentar el talento local, más allá de los artistas famosos que se inviten. Además, debe crearse una agenda complementaria de los festivales de la región en la que no se traslapen entre sí, manteniendo a lo largo del año la motivación para viajar al destino.
- Recuperar y promover la identidad territorial de La Provincia como tradicionalmente se desarrolló la región, sin fronteras políticas ni administrativas que lo fraccionaran, fortaleciendo el vínculo cultural con Valledupar y Riohacha como un solo destino turístico que gire alrededor del vallenato.
- Mejorar las vías de comunicación entre el Sur de la Guajira y Riohacha para aprovechar la llegada de turistas al aeropuerto Almirante Padilla, y los paquetes que se pueden llegar a ofrecer desde esta ciudad.



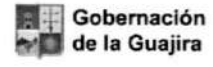
5. Inversiones

A partir de las fichas de cada uno de los productos turísticos planteados, es posible conocer de forma general las acciones y correspondientes inversiones que se deben tener en cuenta para su realización. Allí se incluyen inversiones relacionadas con la capacitación de actores, aspectos para su comercialización y difusión, mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios y mejora de infraestructuras.

Los valores se han obtenido tomando como referencia Proyectos Tipo del DNP (tienen costos aproximados y características generales para tomar de referencia y punto de partida), así como proyectos históricos del FONTUR (que han sido financiados), como también proyectos en los que ha participado Inmark y algunas cotizaciones hechas directamente por la empresa consultora cuando no había información disponible en las fuentes mencionadas. Los precios están en valor presente, a precios de 2019.

A continuación, se resume dicha información de modo tal que se presentan los rubros, inversiones totales y posibles fuentes de financiación para las diferentes necesidades de los productos propuestos. La información detallada unida con el plan de acción se encuentra en el anexo 9.

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
G.1. A.1.	Todos	Todos	Gestión para el mejoramiento de las vías de acceso a la región, sobre todo, la comunicación ente Riohacha y el Sur de la Guajira.	Gestión.	-	Gobernación de la Guajira Alcaldías Municipales.
G.1. A.2.	Todos	Todos	Mejorar la oferta de transporte en cuanto a la disponibilidad, formalidad y calidad del servicio, manteniendo la competitividad de los precios.	2 terminales (SJC y Fonseca). 6 oficinas de atención. Renovación de planta automotora y capacitación de conductores.	\$ 8.205,00	Propietarios de vehículos y empresas de transporte municipal en el sur de la Guajira. Cámara de Comercio de la Guajira.



Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
G.1. A.3.	Todos	Todos	Mejorar las condiciones de la oferta de restauración, es decir, aumentar la variedad de la oferta y, sobre todo, mejorar la calidad de los productos.	Asistencia Técnica (BPM, HACCP, Menú) a 120 establecimientos gastronómicos.	\$ 300,00	Cámara de Comercio de la Guajira. Gobernación de la Guajira. Alcaldías Municipales. Establecimientos Gastronómicos. Acodrés.
G.1. A.4.	Todos	Todos	Mejorar la oferta de servicios turísticos y, sobre todo, el servicio, para que la satisfacción de los turistas sea cada vez más alta y se genere una cultura de precios altos para productos con valor agregado y no precios bajos para productos de baja calidad.	Capacitación a 100 empresarios (Servicio). Convocatoria, salón, logística, capacitadores.	\$ 60,00	Cámara de Comercio de Guajira. Empresarios - Prestadores de Servicios Turísticos. Inversionistas Privados. FONTUR.
G.1. A.5.	Todos	Todos	Realizar investigación (entre profesionales de áreas sociales y personas de la comunidad) sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios con sus respectivos personajes, canciones, épocas, dinastías, piquerías, entre otros aspectos y darlas a conocer a través de las Casas de la Cultura y Casas Museos.	Salario de 4 investigadores por 10 años.	\$ 200,00	Universidad de la Guajira. Gestores Locales de la Cultura Vallenata. Ministerio de Cultura.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



Gobernación
de la Guajira



inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
G.1. A.6.	Todos	Todos	Crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados para mostrarla y que incluya los municipios del Sur de La Guajira, Valledupar y Riohacha.	Investigación de mercados. 1 video y fotos profesionales. Campaña de Marketing Digital.	\$ 155,00	Gobernación de La Guajira. Alcaldías Municipales. Viceministerio de Turismo - FONTUR. Procolombia. Prestadores de Servicios Turísticos.
G.1. A.7.	Todos	Todos	Organizar workshops para dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y la oferta de productos alrededor de la música vallenata.	3 workshops.	\$ 60,00	Gobernación de la Guajira. Cámara de Comercio de la Guajira. Empresarios de la Guajira. FONTUR.
G.1. A.8.	Todos	Todos	Asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, se incrementa la formalización, así como la gestión comercial que, como empresas, puedan hacer de los productos.	240 emprendedores, empresarios y asociaciones asistidas técnicamente (habilidades administrativas, comerciales, de promoción).	\$ 600,00	Cámara de Comercio de la Guajira. MinCIT - INNPULSA. Fundación Cerrejón.
G.1. A.9.	Todos	Todos	Hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.	Diseño de campaña y divulgación en 8 municipios.	\$ 65,00	Alcaldías Municipales. Asociaciones Comunitarias de Turismo.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



Gobernación
de la Guajira



inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
G.1. A.10.	Todos	Todos	Disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.	Compra e instalación de 80 Puntos Ecológicos en atractivos naturales de los ocho municipios.	\$ 400,00	Alcaldías Municipales. Empresarios - Prestadores de Servicios Turísticos.
G.1. A.11.	Todos	Todos	Capacitar a comunidad, prestadores de servicios turísticos, entre otros actores, en torno al desarrollo turístico regional de La Provincia.	2 capacitaciones especializadas al año por municipio para 25 personas cada una.	\$ 600,00	Gobernación de La Guajira. Alcaldías Municipales. Viceministerio de Turismo - FONTUR. Procolombia. Prestadores de Servicios Turísticos. Cámara de Comercio de la Guajira.
P.1. A.1.	P1. Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.1. Hombe! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Diseñar, hacer e instalar señalización turística e interpretativa en lugares emblemáticos del vallenato (culturales y naturales) donde se facilite el acceso, la interpretación de los atractivos, así como la memoria vallenata como Patrimonio de la Humanidad, a la vez que se promueva la sostenibilidad del lugar.	Diseño, fabricación e instalación de 160 señales turísticas e interpretativas en lugares emblemáticos.	\$ 720,00	MinCultura – Programa Nacional de Concertación Cultural. Mincultura - Sistema General de Participaciones. Gobernación de La Guajira. Alcaldías Municipales. Viceministerio de Turismo - FONTUR. Fundación Cerrejón.



El progreso es de todos

Mincomercio



Gobernación de la Guajira



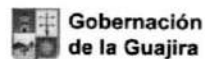
inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
P.1. A.2.	Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.1. Hombe! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Adecuar los escenarios icónicos de la cultura vallenata para su aprovechamiento turístico, así como la prestación de servicios básicos como baños, espacios de recepción de grupos, hidratación / alimentación, así como de interpretación.	Estudio de análisis de la intervención de escenarios icónicos. Diseño de intervención para 3 íconos vallenatos en cada uno de los 8 municipios. Fabricación e instalación.	\$ 584,00	MinCultura – Programa Nacional de Concertación Cultural. Gobernación de La Guajira. Alcaldías Municipales. Casas museos. Empresarios.
P.1. A.3.	Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.1. Hombe! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Crear una aplicación tipo <i>market place</i> , en el que se puedan montar todos los artistas de cada municipio del Sur de la Guajira, así como muestras de sus canciones, composiciones, obras de teatro, etc., para que se puedan dar a conocer y que los turistas (además de empresarios interesados en la producción musical) puedan ponerse en contacto y puntuar a los mejores artistas de la región.	Desarrollo de la aplicación. Posicionamiento en el mercado.	\$ 102,00	Emprendedores y / o gestores locales con apoyo del MinTIC. Empresarios - Prestadores de Servicios Turísticos. Inversionistas Privados.
P.1. A.4.	Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.1. Hombe! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Elementos escenográficos para las puestas en escena, tanto para actores como para asistentes.	Dotación por cada uno de los 8 municipios (vestuario: trajes danza y teatro enfocado en elementos representativos de artistas; instrumentos; escenografía/ambien-tación siglo XIX).	\$ 200,00	Casa de la Cultura de los Municipios. Grupos de Teatro. Grupos de danza.



El progreso
es de todos

Mincomercio



Gobernación
de la Guajira



inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
P.1. A.5.	Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.1. Hombre! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Creación de la Red de Colegios del sur de la Guajira con el propósito de organizar los concursos de piquerías y aumentar el interés por la cultura vallenata en las nuevas generaciones.	Gestión.	-	Colegios (interesados). Secretarías de Educación municipales. Gestores locales de la cultura vallenata.
P.1. A.6.	Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.2. Historia Vallenata.	Una Adquirir materiales e insumos para la mejora de las exposiciones de los museos.	Dotación para 8 museos en SJC, Villanueva, Urumita y Fonseca (dependiendo de las temáticas y necesidades relacionadas, teniendo en cuenta el apoyo del Sist Info Museos de Colombia y lo acordado con la Red de Museos conformada).	\$ 320,00	MinCultura. Casas particulares. museos.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



Gobernación
de la Guajira



inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
P.1. A.7.	P1. Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.2. Una Historia Vallenata.	Inscribir los museos en el Sistema de Información de Museos de Colombia (gratuito) http://simco.museoscolombianos.gov.co/Home/Buscar , con lo cual pueden tener beneficios como asesorías especializadas, ser parte del directorio en línea de museos colombianos, postular sus proyectos a las convocatorias de becas, premios, pasantías, recursos concertados y otros mecanismos de financiación del Ministerio de Cultura, contar con un diagnóstico técnico de su gestión de museos y un plan de fortalecimiento que contará con el acompañamiento del Programa de Fortalecimiento de Museos (PFM).	Gestión.	-	Casas museos.
P.1. A.8.	P1. Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.2. Una Historia Vallenata.	Crear la Red de Casas Museo de La Provincia.	Gestión.	-	Casas museos.
P.1. A.9.	P1. Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.2. Una Historia Vallenata.	Mejorar las condiciones del estudio de grabación en Fonseca y adaptación para el recibimiento de turistas en el recinto.	Remodelación y adaptación del estudio de grabación.	\$ 25,00	Ministerio de Cultura. Estudio de grabación de Fonseca. Particulares.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR
COLOMBIA



Gobernación
de la Guajira



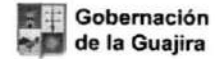
inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
P.1. A.10.	P1. Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.2. Una Historia Vallenata.	Diseñar y poner en acción un guion museológico para cada una de las Casas Museo, así como para el Estudio de Grabación de Fonseca.	8 guiones para casas museos. 1 guion para estudio de grabación.	\$ 90,00	Ministerio de Cultura. Estudio de grabación de Fonseca. Casas museos.
P.1. A.11.	P1. Turismo Cultural Vallenato.	P.1.E.3. Celebra lo que somos, nuestros festivales y otras historias.	Financiar los Festivales en la región, así como asistirlos técnicamente para la generación de una agenda concertada para que no se crucen entre ellos.	Asistencia técnica anual a 8 festivales. Financiación de 8 festivales por año.	\$ 16.240,00	Ministerio de Cultura. Alcaldías Municipales.
P.2. A.1.	P.2. Turismo de Naturaleza	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios que Marcan la Historia.	Invertir en bicicletas, cascos y chalecos reflectores para hacer recorridos en los municipios de Urumita, Villanueva, San Juan del Cesar, Fonseca y Barrancas.	Adquisición y mantenimiento anual de 20 bicicletas por cada uno de 8 municipios con equipo de casco y chaleco.	\$ 95,20	Emprendedores. Empresarios locales. Agencias de Viajes de Turismo Receptivo – DMC's.
P.2. A.2.	P.2. Turismo de Naturaleza	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios que Marcan la Historia.	Mejorar las condiciones de las ciclorutas existentes, así como crear / adaptar nuevas entre municipios para que cada vez sea más llamativo recorrerlas.	Mantenimiento ciclorutas actuales. Construcción de 8 kms nuevos.	\$ 5.720,00	Gobernación de la Guajira. Alcaldías Municipales. Ministerio de Transporte. Sistema General de Regalías – DNP. Fundación Cerrejón.



El progreso es de todos

Mincomercio



Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
P.2. A.3.	P.2. Turismo de Naturaleza	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios que Marcan la Historia.	Incluir los balnearios y la Serranía del Perijá de la zona Sur de La Guajira como atractivos en la promoción de la página web recorrecolombia.com del MinCIT.	Gestión.	-	Gobernación de la Guajira. Alcaldías Municipales. Viceministerio de Turismo-FONTUR.
P.2. A.4.	P.2. Turismo de Naturaleza	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios que Marcan la Historia.	Estructurar los talleres de gastronomía con los implementos necesarios para que los turistas vivan toda la experiencia de cocinar.	Adecuación de 4 cocinas (San Juan del Cesar, Urumita, Villanueva y Fonseca).	\$ 40,00	Establecimientos hoteleros o establecimientos gastronómicos.
P.3. A.1.	P.3. Agroturismo	P.3.E.1. Café con Aroma Vallenato.	Mejorar las condiciones de las vías entre el casco urbano y la Serranía del Perijá, puntualmente, hacia las fincas cafeteras. Esto mejoraría enormemente la producción cafetera en la región y viabilizaría el desarrollo turístico como actividad complementaria.	Mejoramiento de las condiciones de las vías terciarias en 30 kms.	\$ 24.000,00	Gobernación de la Guajira. Alcaldías Municipales. Sistema General de Regalías – DNP.
P.3. A.2.	P.3. Agroturismo	P.3.E.1. Café con Aroma Vallenato.	Controlar el manejo de basuras y disposición final en el territorio.	Gestión.	-	Corporación Autónoma Regional de La Guajira – Corpoguajira. Alcaldías Municipales.



El progreso
es de todos

Mincomercio

FONTUR CO
COLOMBIA



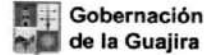
Gobernación
de la Guajira



inmark

Código	Producto	Subproducto	Necesidad de Inversión	Rubros de Inversión	Inversión (en millones de pesos)	Posibles Fuentes de Financiación
P.3. A.3.	P.3. Agroturismo	P.3.E.1. Café con Aroma Vallenato.	Implementar dinámicas sostenibles en las fincas (manejo de residuos, baños secos, etc.), así como adaptar espacios para la atención del turista y la adquisición de implementos para las actividades.	Plan de manejo ambiental para 15 fincas de integrantes de AMUCAFEP (imprescindible para desarrollo sostenible del turismo en Serranía del Perijá). Adaptación de las 15 fincas para el turismo.	\$ 675,00	Corporación Autónoma Regional de La Guajira – Corpoguajira. Organizaciones comunitarias cafeteras. Federación Nacional de Cafeteros. Fundación Cerrejón.

\$ 59.456,2



6. Plan de acción

Este plan de acción surge de la información recolectada en el diagnóstico, de las necesidades y oportunidades descubiertas en la creación del producto turístico encaminadas a conectarlo con el mercado, y de la información plasmada previamente para las inversiones. El plan requiere de un trabajo articulado y conjunto entre el sector público y privado de tal manera que se aprovechen todas las oportunidades y se potencien las fortalezas para desarrollar el producto y el destino.

Así las cosas, teniendo en cuenta la labor en campo, los tres talleres desarrollados para los ocho municipios, junto con las encuestas y entrevistas realizadas para turistas, empresarios y actores clave, se identifican acciones de gestión relacionadas con la promoción, la conservación del entorno natural, la mejora de los museos y casas museos, así como la creación de redes para ellos y para los colegios de la región.

Por su parte, las acciones de inversión en mejora de la infraestructura están relacionadas con la prestación del servicio de transporte, la accesibilidad, la disposición de espacios para basuras, las fincas cafeteras, la señalización turística, la mejora de recursos y atractivos turísticos, así como de los servicios complementarios.

Otras acciones están encaminadas a la promoción del destino, a la adquisición de elementos clave para el desarrollo del producto, a la investigación enfocada en la ampliación del conocimiento y la profundización en la esencia cultural, y especialmente, a la capacitación y formación en componentes importantes para el desarrollo del turismo.

En la medida en que el producto se ejecute, es preciso definir la incorporación de nuevos elementos de atracción como parte de un proceso de renovación y mejora continua, ya sea a través de nuevos recorridos, nuevas actividades, la incorporación de nuevos prestadores o el ajuste de lo planteado. El producto turístico debe estar 100% preparado para su comercialización.

A continuación, se presentan las acciones y las entidades responsables de que éstas se lleven a cabo. Además, el tiempo dispuesto para lograr cada una de ellas y los indicadores de sostenibilidad claves para un desarrollo de producto responsable.



El progreso es de todos

Mincomercio



Gobernación de la Guajira



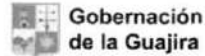
inmark

Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo				Indicadores	
				1	2	3	4	5	6	7	8		9
G.1. A.1.	Todos	Gestionar el mejoramiento de las vías de acceso a la región, especialmente con Riohacha.	Gobernación de La Guajira.										Kilómetros de vía de acceso en mal Estado.
G.1. A.2.	Todos	Mejorar la disponibilidad, formalidad y calidad de la oferta de transporte, manteniendo la competitividad de los precios.	Cámara de Comercio de La Guajira. Empresas transportadoras.										Nivel de satisfacción de los usuarios. Porcentaje de contratación de residentes locales.
G.1. A.3.	Todos	Mejorar las condiciones de la oferta de restauración, especialmente en variedad y calidad.	SENA. Empresas de gastronomía con apoyo de Acodrés.										Nivel de satisfacción de los visitantes en los establecimientos de servicios turísticos. Número de establecimientos gastronómicos con BPM y HACCP sobre el total.
G.1. A.4.	Todos	Mejorar la oferta de servicios turísticos, especialmente en calidad del servicio.	SENA. Prestadores turísticos con apoyo de gremios como Cotelco, Anato, Acodrés, Asobares, Altur, entre otros, según sea el caso.										Nivel de satisfacción de los visitantes en los establecimientos de servicios turísticos. Número de prestadores turísticos con normas técnicas sectoriales de sostenibilidad o en proceso.
G.1. A.5.	Todos	Realizar informes de investigación sobre la cultura vallenata en cada uno de los municipios y darlos a conocer a la comunidad.	ICANH.										Papers (artículos académicos) publicados en revistas indexadas.



El progreso es de todos

Mincomercio



Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo					Indicadores	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
G.1. A.6.	Todos	Crear una campaña de promoción dirigida especialmente a la música vallenata y los productos turísticos creados.	Gobernación de la Guajira. Alcaldías municipales. Prestadores de servicios turísticos.											Número de turistas en destino. Gasto promedio diario por turista en destino. Estadía promedio en el destino.
G.1. A.7.	Todos	Dar a conocer el portafolio de servicios turísticos de la región y los productos relacionados con el vallenato, a través de workshops.	Cámara de Comercio de La Guajira.											Número de turistas en destino. Gasto promedio diario por turista en destino. Estadía promedio en el destino.
G.1. A.8.	Todos	Asistir técnicamente a los emprendedores, empresarios y asociaciones comunitarias que trabajan el desarrollo turístico desde el orden privado en la región, para mejorar sus habilidades administrativas, la gestión comercial e incrementar la formalización.	Cámara de Comercio de La Guajira. Con apoyo de gremios como Acodrés, Cotelco, Anato, Altur, según sea el caso.											Número de prestadores de servicios turísticos formalizados. Tasa de supervivencia de empresas prestadoras de servicios turísticos en la región.
G.1. A.9.	Todos	Hacer una campaña para apadrinar atractivos turísticos entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje de los municipios.	Alcaldías municipales- Casas de la cultura. Urumita: Red de turismo.											Número de atractivos apadrinados. Nivel de adecuación y mejoramiento de atractivos apadrinados.

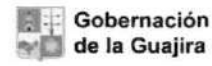


Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo					Indicadores	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
G.1. A.10.	Todos	Disponer de espacios donde se pueda arrojar basura, especialmente en los lugares naturales.	Alcaldías municipales.											Número de espacios dispuestos para la disposición de basura en buen estado de conservación.
G.1. A.11.	Todos	Capacitar a comunidad, prestadores de servicios turísticos, entre otros actores, en torno al desarrollo turístico regional de La Provincia.	MinCIT-Viceministerio de Turismo. SENA.											Número de personas de la comunidad local capacitadas. Número de empresas prestadoras de servicios turísticos vinculadas en las capacitaciones.
P.1. A.1.	P.1.E.1. Hombe! A.1. jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Diseñar, hacer e instalar señalización turística e interpretativa en lugares emblemáticos del vallenato (culturales y naturales).	Alcaldías municipales.											Número de lugares emblemáticos del vallenato con señalización turística e interpretativa disponible y con contenido pertinente.
P.1. A.2.	P.1.E.1. Hombe! A.2. jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Adecuar los escenarios icónicos de la cultura vallenata para su aprovechamiento turístico, (baños, espacios de recepción de grupos, hidratación / alimentación, interpretación).	Alcaldías municipales con apoyo de: gestores cultura vallenata. Comunidad local.											Número de escenarios icónicos de la cultura vallenata adecuados para su aprovechamiento turístico.



El progreso es de todos

Mincomercio



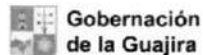
Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo				Indicadores
				1	2	3	4	5	6	7	8	
P.1. A.3.	P.1.E.1. Hombre! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Dar a conocer los artistas de cada municipio, a través de una aplicación tipo <i>market place</i> .	Alcaldías municipales. Gestores culturales.									Aplicación tipo <i>market place</i> desarrollada y funcionando.
P.1. A.4.	P.1.E.1. Hombre! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un Adquirir elementos escenográficos para las puestas en escena, tanto para actores como para asistentes. Crear la Red de Colegios del Sur de la Guajira para organizar concursos de piquerías y aumentar el interés por la cultura vallenata en las nuevas generaciones.	Casas de la cultura. Grupos de teatro y danza.									Número de casas de cultura y grupos de teatro con dotación escenográfica y para puesta en escena.
P.1. A.5.	P.1.E.1. Hombre! jolgorio Vallenato.	¡Ay Un	Alcaldías municipales.									Red de Colegios del Sur de la Guajira creada y en funcionamiento.
P.1. A.6.	P.1.E.2. Historia Vallenata.	Una Adquirir materiales e insumos para la mejora de las exposiciones de los museos.	Casas museos.									Nivel de satisfacción de los visitantes en el destino.
P.1. A.7.	P.1.E.2. Historia Vallenata.	Una Inscribir los museos en el Sistema de Información de Museos de Colombia para mejorar la gestión de éstos.	Casas museos.									Museos y casas museos de la región, inscritos en el Sistema de Información de Museos de Colombia.
P.1. A.8.	P.1.E.2. Historia Vallenata.	Una Crear la Red de Casas Museo de La Provincia para fortalecerse en conjunto.	Casas museos.									Red de Casas Museo de La Provincia creada y en funcionamiento.

Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo					Indicadores		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	
P.1. A.9.	P.1.E.2. Una Historia Vallenata.	Mejorar las condiciones del estudio de grabación en Fonseca y adaptación para el recibimiento de turistas en el recinto.	Estudio de grabación de Fonseca.												Estudio de grabación adaptado para recibir turistas y en funcionamiento.
P.1. A.10.	P.1.E.2. Una Historia Vallenata.	Diseñar y poner en acción un guion museológico para cada una de las Casas Museo, así como para el Estudio de Grabación de Fonseca.	Casas museos. Estudio de grabación de Fonseca.												Casas museos y estudio de grabación con guion museológico.
P.1. A.11.	P.1.E.3. Celebra lo que somos, nuestros festivales y otras historias.	Financiar los Festivales en la región, así como asistirlos técnicamente para la generación de una agenda concertada.	Alcaldías municipales.												Agenda con 1 festival por municipio anual altamente reconocida a nivel nacional. Número de visitantes a festivales. Gasto promedio por persona diario en festivales.
P.2. A.1.	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios que Marcan la Historia.	Invertir en bicicletas, cascos y chalecos reflectores para hacer recorridos en los municipios de Urumita, Villanueva, San Juan del Cesar, Fonseca y Barrancas.	Alcaldías municipales.												Recorridos en bicicleta funcionando con 20 bicicletas equipadas por municipio.



El progreso es de todos

Mincomercio



Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo					Indicadores	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
P.2. A.2.	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios Marcan la Historia.	Mejorar las condiciones de las ciclorutas existentes, así como crear / adaptar nuevas entre municipios para que cada vez sea más llamativo recorrerlas.	Alcaldías municipales.											Ciclorutas funcionando en la región.
P.2. A.3.	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios Marcan la Historia.	Incluir los balnearios y la Serranía del Perijá de la zona Sur de La Guajira como atractivos en la promoción de la página web recorrecolombia.com del MinCIT.	MinCIT.											Balnearios y Serranía del Perijá, reconocidos como atractivos como atractivos en la web de "Recorre Colombia".
P.2. A.4.	P.2.E.1. Intercambio Natural, Espacios Marcan la Historia.	Estructurar los talleres de gastronomía con los implementos necesarios para que los turistas vivan toda la experiencia de cocinar.	Establecimientos de alojamiento o de gastronomía.											4 talleres de gastronomía funcionando y habilitados para experiencias gastronómicas a disposición del turista.



El progreso es de todos

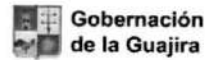
Míncomercio



Gobernación de la Guajira



Código	Subproducto	Acción	Entidad responsable	Corto plazo		Mediano plazo		Largo plazo					Indicadores	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
P.3. A.1.	Café con Aroma Vallenato.	Mejorar las condiciones de las vías entre el casco urbano y la Serranía del Perijá, puntualmente, hacia las fincas cafeteras.	Alcaldías municipales.											Vías terciarias y de acceso a fincas cafeteras adaptadas para el turismo en buen estado permanente (lluvias y sol).
P.3. A.2.	Café con Aroma Vallenato.	Controlar el manejo de basuras y disposición final en el territorio.	Alcaldías municipales.											Nivel de manejo sostenible de basuras en el territorio.
P.3. A.3.	Café con Aroma Vallenato.	Implementar dinámicas sostenibles en las fincas (manejo de residuos, baños secos, etc.), así como adaptar espacios para la atención del turista y la adquisición de implementos para las actividades.	Asociación de Mujeres Cafeteras del Perijá.											Número de fincas cafeteras con sello de sostenibilidad (sello verde). Número de turistas que visitan fincas cafeteras. Nivel de satisfacción de turistas en las fincas cafeteras.



A pesar de que se incluyan unos actores responsables específicos por acción, el Comité Gestor Primario Local conformado desde el inicio de la creación del presente proyecto, deberá ser quien lidere el proceso de implementación del plan de acción propuesto en este apartado. Este comité fue conformado, además, como medio de comunicación con los actores locales en el territorio durante el desarrollo de los productos turísticos. A continuación, se presentan los integrantes que firmaron el acta de conformación entregada como parte del anexo 1:

N°	Entidad que representa	Nombres y apellidos	Municipio de procedencia
1	Casa Murillo Hotel y Provincia Tours	Andrés Murillo	San Juan del Cesar
2	Altur Guajira	Iván Alvear	Riohacha
3	Punta Gallinas Travel	Ericka Bruges	Uribe
4	Cámara de Comercio de la Guajira	Liliana Arguellez	Fonseca
5	Anato Caribe	Andrés Pelites	Riohacha
6	Sena	Maria Laura Aponte	Riohacha
7	AMUCAFEP-Red de Turismo	Laura Aponte	Urumita
8	Red de Turismo	Yosmel Carrillo	Urumita
9	Red de Turismo	Rosa Ramos	Urumita

Es fundamental que los integrantes trabajen articuladamente para gestionar las actividades propuestas en el plan de acción, con base en su capacidad técnica, comprometiéndose a:

- Garantizar, de manera coordinada y participativa, el desarrollo turístico sostenible y competitivo de los productos.
- Velar por el adecuado uso de los recursos culturales y naturales a favor de la actividad turística y población local.
- Fomentar la preparación de empresas turísticas que favorezcan la dinámica de los productos.
- Empoderar a la comunidad e involucrarla en la formación para un desarrollo turístico adecuado.
- Aplicar y realizar un correcto monitoreo a los indicadores planteados para la medición de los productos y sus impactos en los destinos.

Ahora bien, para la ejecución del plan se definieron tres espacios temporales de la siguiente manera:

- Corto plazo (2019-2021): abarca los primeros dos años de ejecución que inician con la entrega del presente proyecto.
- Mediano plazo (2021-2023): abarca los siguientes dos años de ejecución que van de la mano con la finalización del periodo de alcaldes y gobernadores.
- Largo plazo (2023-2029): abarca los últimos 6 años de ejecución, para sumar un total de 10 años tiempo suficiente para consolidar los productos.



6.1. Indicadores de sostenibilidad

Los indicadores de sostenibilidad están basados en la Guía de indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos creada por la Organización Mundial de Turismo (OMT). En la matriz del plan de acción se incluyen aquellos que se relacionan directamente con las actividades propuestas por alguna de las siguientes razones: 1. Sirven para medir la efectividad de la acción. 2. La acción tiene impacto en la medición del indicador. A continuación, se presentan los indicadores categorizados en ambientales, socioculturales y económicos con algunas aclaraciones consideradas necesarias para mayor comprensión y mejor aplicabilidad. Se han definido 20 indicadores de sostenibilidad para hacer de esta tarea de seguimiento, una tarea viable.

Ambientales

1. Preservación de especies, principalmente aquellas endémicas y en peligro.
2. Salud del ecosistema del Perijá.
3. Nivel de saturación de carga turística en atractivos naturales.
4. Reciclaje de residuos.
5. Número de prestadores turísticos con normas técnicas sectoriales de sostenibilidad o en proceso de implementación.
6. Conservación de la biodiversidad e integridad de los procesos de los ecosistemas.
7. Educación al turista sobre actividades sostenibles.

Los tres primeros indicadores permiten conocer la presión que están generando los visitantes en estos ecosistemas, sin embargo, es importante evaluar la capacidad de carga para estos entornos, de tal manera que se pueda comparar con los resultados de estos indicadores y tomar acciones tempranas.

Socioculturales

8. Nivel de aplicación de mecanismos para garantizar el reconocimiento de los derechos y aspiraciones de la población local: este indicador depende de las entidades gubernamentales, quienes deben velar porque la población haga parte de los procesos desarrollados en turismo.
9. Potenciación y conservación de la cultura, el patrimonio y la autenticidad local y regional.
10. Utilización de material y alimentos de origen y producción local.
11. Emprendimientos y empresas con capital de la región.
12. Contratación de residentes locales.
13. Formación de comunidad local para la atención del turista.

Los dos últimos indicadores aplican para los prestadores de servicios turísticos de tal manera que garanticen la empleabilidad local y la mejora de las habilidades y conocimientos en el talento humano.

Económicas

14. Llegada de turistas al destino.
15. Gasto promedio diario de turistas en el destino.
16. Estadía promedio de turistas en el destino.
17. RevPar en habitaciones hoteleras.
18. Rentabilidad de las inversiones turísticas.
19. Nivel de satisfacción de los visitantes en los establecimientos de servicios turísticos.
20. Empresas verdes en el destino.

En fin, se espera que la innovación facilite la sostenibilidad del destino turístico en el largo plazo.

7. Bibliografía y fuentes secundarias

Aeropuertos.net (s.f.). Aeropuerto Internacional Simón Bolívar: llegadas de vuelos. [En línea]. Obtenido de <https://www.aeropuertos.net/aeropuerto-internacional-simon-bolivar-llegadas-de-vuelos/>

Agronet. (s.f.). Principales Cultivos por Área Sembrada en el Año 2014. [PDF]. Obtenido de <http://www.agronet.gov.co/Documents/La%20Guajira.pdf>

Alcaldía Municipal de Barrancas. Esquema de Ordenamiento Territorial de Barrancas 2002 – 2010: Volvamos al orden. [PDF]. Obtenido de [http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/eot%20-%20barrancas%20-%20guajira%20-%20componente%20general%20\(294%20p%C3%A1g.%20-%20922%20kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/eot%20-%20barrancas%20-%20guajira%20-%20componente%20general%20(294%20p%C3%A1g.%20-%20922%20kb).pdf)

Alcaldía Municipal de Barrancas. Plan de Desarrollo Municipal de Barrancas 2012 -2015: El Progreso Continúa. [PDF]. Obtenido de <http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/barrancasguajiraplannedesarrollo2012-2015.pdf>

Alcaldía Municipal de Distracción. Esquema de Ordenamiento Territorial de Distracción. Acuerdo N. 011 de 2003 -2005. [PDF]. Obtenido de http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/D/distraccion_-_la_guajira_-_eot_-_2003_-_2005/distraccion_-_la_guajira_-_eot_-_2003_-_2005.asp

Alcaldía Municipal de Distracción. Plan de Desarrollo Municipal 2016 -2019: Progreso garantizado. [PDF]. Obtenido de http://www.distraccion-laguajira.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=2957870

Alcaldía Municipal de El Molino. Esquema de Ordenamiento Territorial de El Molino 2000. [PDF]. Obtenido de http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/E/el_molino_-_la_guajira_-_eot_-_2000/el_molino_-_la_guajira_-_eot_-_2000.asp

Alcaldía Municipal de El Molino. Plan de Desarrollo Municipal de El Molino 2012 – 2015: Unidos somos más. [PDF]. Obtenido de http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/E/el_molino_la_guajira_plan_de_desarrollo_2012_-_2015/el_molino_la_guajira_plan_de_desarrollo_2012_-_2015.asp

Alcaldía Municipal de El Molino. Plan de Desarrollo Turístico de El Molino, La Guajira 2017 – 2026. [PDF]. Obtenido de http://elmolinolaguajira.micolombiadigital.gov.co/sites/elmolinolaguajira/content/files/000061/3023_8-plan-de-desarrollo-turistico-municipio-de-el-molino-la-guajira--2017---2026.pdf

Alcaldía Municipal de Fonseca. Esquema de Ordenamiento Territorial de Fonseca 2004 – 2015. [PDF]. Obtenido de http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/F/fonseca_-_la_guajira_-_eot_-_2004_-_2015/fonseca_-_la_guajira_-_eot_-_2004_-_2015.asp

Alcaldía Municipal de Fonseca. Plan de Desarrollo Municipal de Fonseca 2016 – 2019. [PDF]. Obtenido de <http://www.fonseca-guajira.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20TERRITORIAL,%20CONSTRUYENDO%20CAMBIO%20PARA%20LA%20PAZ%202016-2019.pdf>

Alcaldía Municipal de La Jagua del Pilar. [PDF]. Esquema de Ordenamiento Territorial de La Jagua del Pilar, Acuerdo N. 003 de 2006. Obtenido de <http://www.lajaguadelpilar-laguajira.gov.co/normatividad/acuerdo-003-de-2016>

Alcaldía Municipal de La Jagua del Pilar. Plan de Desarrollo Municipal de La Jagua del Pilar 2016 – 2019: Unidos por La Jagua. [PDF]. Obtenido de <http://www.lajaguadelpilar-laguajira.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-2016--2019>

Alcaldía Municipal de San Juan del Cesar. Plan Básico de Ordenamiento Territorial de San Juan del Cesar 2004 - 2012. [PDF]. Obtenido de <http://www.sanjuandelcesar-laguajira.gov.co/planes/plan-de-ordenamiento-territorial>

Alcaldía Municipal de San Juan del Cesar. Plan de Desarrollo Municipal de San Juan del Cesar 2016 – 2019: Unidos por San Juan. [PDF]. Obtenido de <http://www.sanjuandelcesar-laguajira.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-unidos-por-san-juan-2016--2019>

Alcaldía Municipal de Urumita. Esquema de Ordenamiento Territorial de Urumita. [PDF]. Obtenido de [http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/eot%20-%20urumita%20-%20guajira%20-%20datos%20del%20municipio%20\(85%20p%C3%A1g.%20-%2020246%20kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/eot%20-%20urumita%20-%20guajira%20-%20datos%20del%20municipio%20(85%20p%C3%A1g.%20-%2020246%20kb).pdf)

Alcaldía Municipal de Urumita. Plan de Desarrollo Municipal de Urumita 2016 – 2019: Todos por el progreso. [PDF]. Obtenido de <http://www.urumita-guajira.gov.co/procesos-y-procedimientos/plan-de-desarrollo-todos-por-el-progreso-20162019>

Alcaldía Municipal de Villanueva. Esquema de Ordenamiento Territorial de Villanueva 2000. [PDF]. Obtenido de [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot%20-%20villanueva%20-%20guajira%20-%20acuerdo%20no.%20020%20de%202002%20\(49%20p%C3%A1g.%20-%2020314%20kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot%20-%20villanueva%20-%20guajira%20-%20acuerdo%20no.%20020%20de%202002%20(49%20p%C3%A1g.%20-%2020314%20kb).pdf)

Alcaldía Municipal de Villanueva. Plan de Desarrollo Municipal de Villanueva 2016 -2019: La oportunidad es ahora. [PDF]. Obtenido de <http://www.villanueva-guajira.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-2016>

Andariegos (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://andariegosagencia.com>

Aviaexport. (2013). Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. [PDF]. https://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf

Aviaexport. (2013). Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. [PDF]. https://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf

Aviatur (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://www.aviatur.com/paquetes/personalizada/valledupar>

Balneario El Silencio. [En línea]. Obtenido de <https://goo.gl/Bc8xTT>

Biocomercio Colombia. (s.f.). Ficha informe – observatorio. [PDF]. Obtenido de https://www.biocomerciocolombia.com/PABE_CAFE/ASMUPERIA_CAFE_ESPECIAL_web.pdf

Biografías y vidas. (s.f.). Francisco de Paula Santander. [En línea]. Obtenido de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/s/santander.htm>



Biografías y vidas. (s.f.). Simón Bolívar. [En línea]. Obtenido de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bolivar.htm>

Blog Tradiciones Culturales Guajira. Malangada. [En línea]. Obtenido de http://tradicionesculturalesguajira.blogspot.com/2015/11/blog-post_13.html

Busbud. (s.f.). Recorrido Riohacha – Valledupar. [En línea]. Obtenido de https://www.busbud.com/es-419/bus-schedules-results/d6h1sv/d3ggmm?outbound_date=2018-11-07&adults=1

Café Anei de La Sierra Nevada de Santa Marta. (s.f.). Inicio. [En línea]. Obtenido de <http://www.anei.org.co/>

Cámara de Comercio de La Guajira. (2017). Informe Socioeconómico sector turismo Departamento de La Guajira. [PDF]. Obtenido de <https://www.camaraguajira.org/boletines-de-prensa/366-informe-socio-economico-del-sector-turismo-en-el-departamento-de-la-guajira.html>

Cámara de Comercio de La Guajira. (2017). Informe Socioeconómico de La Guajira 2017. [PDF]. Obtenido de <http://www.camaraguajira.org/publicaciones/informes/estudio-economico-de-la-guajira-2017.pdf>

Cámara de Comercio de La Guajira. (s.f.). Sección Misión, Visión y valores. [En línea]. Obtenido de <https://www.camaraguajira.org/nosotros/mision-vision-y-valores.html>

Caracol Radio. (2017). Estas son las iniciativas productivas de las Farc en Ponedores, La Guajira [En línea]. Obtenido de http://caracol.com.co/emisora/2017/10/23/riohacha/1508759307_804224.html

Carolina Rosa Guerra. (2017). La Parranca Vallenata. Panorama cultural.com. [En línea]. Obtenido de https://www.panoramacultural.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=5656:la-parranca-vallenata&catid=19&Itemid=147

Centro de Pensamiento para el Desarrollo Guajira 360°. (2008). Plan de café orgánico [PDF]. Obtenido de <http://guajira360.org/plan-de-cafe-organico/>

Centro de Pensamiento para el Desarrollo. (s.f.). ¿Qué es Guajira 360°? [En línea]. Obtenido de <http://guajira360.org/que-es-guajira360/>

Centro Nacional de Memoria Histórica. (2014). El pueblo indígena Wiwa le da un sí a la memoria histórica. [En línea]. Obtenido de <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/de/noticias/noticias-cmh/el-pueblo-indigena-wiwa-le-da-un-si-a-la-memoria-historica>

Cerrejón. (s.f.). Sección *Nuestra operación* [En línea]. Obtenido de <https://www.cerrejon.com/index.php/nuestra-operacion/nuestra-empresa/>

Colombia Turismo Web. (2018). [En línea]. Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/GUAJIRA/MUNICIPIOS/VILLANUEVA/VILLANUEVA.htm>

Colombia.travel (2018). Destinos del Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/caribe/villa-nueva>

Colreservas (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://reservas.colreservas.com>

Comité Departamental de Cafeteros de Cesar-Guajira. (2008). Informe comités departamentales. [PDF]. Obtenido de https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Cesar_Guajira09.pdf

Consejo Nacional de Política Económica y Social y Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2018). Conpes 3944: estrategia para el desarrollo integral del departamento de La Guajira y sus pueblos indígenas. [PDF]. Obtenido de <http://guajira360.org/documento-conpes-conpes-guajira-3944/>

Conselho Araujo de Molina. (1973). Vallenatología: orígenes y fundamentos de la música vallenata. [Libro].
Corporación Autónoma Regional de La Guajira [Corpoguajira] y Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2011). Plan de Ordenamiento de la cuenca del río Ranchería. [PDF]. Obtenido de https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/22606/31_Tomo_8_Resumen_ejecutivo.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Corporación Autónoma Regional de La Guajira [Corpoguajira]. (2015). Resolución 093 de 2015 por el cual se aprueban los ajustes realizados al programa de inversión del 1% del proyecto represa del río Ranchería. [PDF]. Obtenido de <http://corpoguajira.gov.co/wp/wp-content/uploads/2015/02/RESOLUCION%393N-No.0932-DEL-28-DE-MAYO-DE-2015.pdf>

Corporación Autónoma Regional de La Guajira [Corpoguajira]. (2016). Plan de acción 2016 – 2019. [PDF]. Recuperado de <http://corpoguajira.gov.co/wp/wp-content/uploads/2016/05/Plan-de-Accion-CORPOGUAJIRA-2016-2019.pdf>

Corporación Autónoma Regional de La Guajira [Corpoguajira]. (s.f.). Sección *Nosotros*. [En línea]. Obtenido de <http://corpoguajira.gov.co/wp/mision-y-vision/>

Corporación Autónoma Regional de La Guajira. (2018). Limpieza del río Villanueva una acción de participación comunitaria. [En línea]. Obtenido de <http://corpoguajira.gov.co/wp/limpieza-del-rio-villanueva-una-accion-de-participacion-comunitaria/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2017) Boletín Técnico de la Gran Encuesta Integrada de Hogares. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_depto/Boletin_dep_17.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2017). Cuentas departamentales: Resultados PIB departamental 2017 preliminar (base 2015). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>

Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (S.F.). Portal TerrData: Fichas de caracterización territorial – búsqueda por departamento y municipio. [En línea]. Obtenido de <https://territodata.dnp.gov.co/#/perfiles>

Doña Gula. (2012). Las arepas de Urumita. El Espectador. [En línea]. Obtenido de <https://www.elsepectador.com/opinion/las-arepas-de-urumita-columna-385013>

Efraín Ovalle. Barrancas se mueve con vallenato y carbón. El Tiempo. [En línea]. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-240882>

El Pilón. (2010). Urumita tiene nuevo Festival, Fundación y Presidente de la misma. [En línea]. Obtenido de <https://elpilon.com.co/urumita-tiene-nuevo-festival-fundacion-y-presidente-de-la-misma/>



El progreso es de todos

Mincomercio



Gobernación de la Guajira



inmark



El Pilón. (2013). Inicia el Festival de la Patilla. [En línea]. Obtenido de <https://elpilon.com.co/inicia-el-festival-de-la-patilla/>

El Pilón. (2016). El último paso del río Cesar por La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://elpilon.com.co/informe-rio-cesar-por-la-guajira/>

El Pilón. (2016). En Fonseca le rendirán homenaje a la piquería vallenata. [En línea]. Obtenido de <https://elpilon.com.co/fonseca-le-rendiran-homenaje-la-piqueria-vallenata/>

El Pilón. Encuentro Nacional y Festival Folclórico del Fique en La Guajira (2013). [En línea]. Obtenido de <https://elpilon.com.co/encuentro-nacional-y-festival-folclorico-del-fique-en-la-guajira/>

El Universal. (2017). Rafael Manjarrez le cantó a su tierra natal, La Jagua del Pilar. [En línea]. Obtenido de <http://www.eluniversal.com.co/farandula/rafael-manjarrez-le-canto-su-tierra-natal-la-jagua-del-pilar-264171>

El Vallenato.com (s.f.). Biografía de Luis Enrique Martínez. [En línea]. Obtenido de <https://www.elvallenato.com/artistas/biografia.php?artista=186&mas=Luis%20Enrique%20Martinez>

El Vallenato.com. (s.f.). Biografía de Diomedes Díaz. [En línea]. Obtenido de https://www.elvallenato.com/artista_biografia/1/Diomedes%20Diaz.htm

El Vallenato.com. Biografía de Leandro Díaz. [En línea]. Obtenido de <https://www.elvallenato.com/artistas/biografia.php?artista=120&mas=Leandro%20Diaz>

Especiales Semana.com. El vallenato, además de amar los vallenatos, García Márquez también es un gran intérprete. [En línea]. Obtenido de <http://especiales.semana.com/especiales/gabriel-garcia-marquez/el-vallenato.html>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [Fedecafe]. (s.f.). Marcación de sacos de cafés especiales para exportación: Típica Perijá [En línea]. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/nuestroprod/cafespeciales/espagues/albun_t/pages/115tradition_a_excelso_gif.htm

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [Fedecafe]. (s.f.). El comité departamental de cafeteros Cesar y Guajira, cumplió con la primera fase de las elecciones [En línea]. Obtenido de https://www.federaciondefcafeteros.org/clientes/es/buenas_noticias/el_comite_departamental_de_cafeteros_cesar_y_guajira_cumplio_con_la_primera

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [Fedecafe]. Programas de cafés especiales [En línea]. Obtenido de https://www.federaciondefcafeteros.org/clientes/es/cafes_sostenibles/

Fernández, V. (2006). Diseño del producto turístico - un enfoque y una propuesta metodológica. [PDF]. <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=20100&name=DISENO-PRODUCTO-TURISTICO-2006.pdf&prefijo=file>

Fernández, V. (2006). Diseño del producto turístico - un enfoque y una propuesta metodológica. [PDF]. <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=20100&name=DISENO-PRODUCTO-TURISTICO-2006.pdf&prefijo=file>

Flickr. (s.f.). Urumita Guajira - Arepas de maíz. [En línea]. Obtenido de <https://www.flickr.com/photos/oceandiaz/5431641841>

Fondo de Promoción Turística de Colombia. Plan de Desarrollo Turístico de La Guajira 2012 – 2015. [PDF]. Obtenido de <http://www.laguajira.gov.co/web/dpto-administrativo-de-planeacion/informes-planeaci%C3%B3n/1221-plan-de-desarrollo-turistico-de-la-guajira.html>

Fundación Festival Cuna de Acordeones [En línea]. Obtenido de <http://www.festivalcunadeacordeones.com/el-festival/>

Fundación para el Desarrollo del Caribe [Fundesarrollo]. (s.f.). Sección *Acerca de nosotros*. [En línea]. Obtenido de <http://www.fundesarrollo.org.co/acerca-de-nosotros/>

Getamap.net. Rio El Mocho http://es.getamap.net/mapas/colombia/la_guajira/_mocho_rio/

Gifex.com. (s.f.). Mapa de carreteras de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://www.gifex.com/fullsize/2011-08-23-14460/Mapa-de-carreteras-de-La-Guajira.html>

Gobernación de La Guajira. (2015). Proyecto de fortalecimiento de la cadena productiva del fiqué a través de la Implementación de un Paquete Tecnológico, Formación del Capital Humano y Consolidación de la Asociatividad a los Productores Rurales de los Municipios de La Guajira. Obtenido de <http://www.laguajira.gov.co/web/la-gobernacion/programas-y-proyectos/2891-2015-11-26-21-39-50.html>

Gobernación de La Guajira. (2018). Gobernador comprometido con Proyecto de Fortalecimiento de la Cadena Productiva del Fiqué. [En línea]. Obtenido de <http://www.laguajira.gov.co/web/prensa-y-publicaciones/noticias/4907-gobernador-comprometido-con-proyecto-de-fortalecimiento-de-la-cadena-productiva-del-fique.html>

Gobernación de La Guajira. (s.f.). Plan Departamental de Gestión del Riesgo La Guajira. [PDF]. Obtenido de <https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/381/PDGR%20La%20Guajira.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gobernación de La Guajira. (s.f.). Sección misión y visión. [En línea]. Obtenido de <http://www.laguajira.gov.co/web/la-gobernacion/layouts.html>

Gobernación de La Guajira. Plan de Desarrollo del Departamento de La Guajira 2016 – 2019: Oportunidad para todos y propósito de país. [PDF]. Obtenido de <http://www.laguajira.gov.co/web/la-gobernacion/planes-de-desarrollo/3371-plan-de-desarrollo-2016-2019.html>

Gobernación de La Guajira. Plan de Desarrollo para La Guajira 2017 – 2019: Un nuevo tiempo. [PDF]. Obtenido de <http://www.laguajira.gov.co/web/la-gobernacion/planes-de-desarrollo/4221-plan-de-desarrollo-2017-2019.html>

History Travellers (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.historytravelers.com>

Horario de buses. (s.f.). Terminal de transporte de Valledupar. [En línea]. Obtenido de <https://www.horariobuses.com.co/terminal-de-valledupar.html>

Instituto Respond. (s.f.). Sección Nosotros. [En línea]. Obtenido de <http://institutorespond.org/#nosotros>

Instituto Nacional de Vías (INVIAS) y Ministerio de Transporte. Portal “Mapa de carreteras”. [En línea]. Obtenido de <https://hermes.invias.gov.co/carreteras/>



Instituto Técnico de San Juan del Cesar (s.f.). Costos y matrículas. [En línea]. <http://www.infotep.edu.co/costos-y-matriculas>

Isahiitours (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://www.facebook.com/isashiitours/>

Joaquín Viloria De la Hoz. (2018). Acordeones, cumbiamba y vallenato en el Magdalena Grande: una historia cultural, económica y política, 1870 – 1960. [Libro en línea].

José Atuesta. (2016). EL Plan, cuna de la Dinastía Zuleta. [En línea]. *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/musica/el-plan-cuna-de-dinastia-zuleta-articulo-628981>

Jota Flórez. (2015). Biografía de Juancho Rois. [En línea]. Obtenido de <https://www.blogvallenato.com/2015/07/28/biografia-de-juancho-rois/>

Julio César Oñate Martínez. (). Los secretos del vallenato. [Libro en línea].

Karelyz Guzmán Finol. (2013). Documentos de trabajo sobre economía regional: El río Cesar. Editorial: Banco de la República. [PDF]. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/dtser-188>

La Guajira Hoy. (2015). Las almojábanas se robaron el show en 'La Cocina Importa'. [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2015/11/las-almojabanas-se-robaron-el-show-en-la-cocina-importa.html>

La Guajira Hoy.com. (2015). Abierta al público la casa museo de Fonseca. [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2015/06/abierta-al-publico-la-casa-museo-de.html>

La Guajira hoy.com. (2016). Continúa festival de la Agricultura y Guitarra por la Paz en Cañaverales. [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2016/12/continua-festival-de-la-agricultura-y-guitarra-por-la-paz-en-canaverales.html>

La Guajira Hoy.com. (2017). Festival de los Laureles en Distracción terminó preñado de Paz. [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2017/06/festival-de-los-laureles-en-distraccion-termino-prenado-de-paz.html>

La Guajira hoy.com. (2018). Fundación del Festival de Flores y Calagualas, trabajan por nuestro folclor. [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2018/03/fundacion-del-festival-de-flores-y-calagualas-trabajan-por-nuestro-folclor.html>

La Guajira Hoy.com. (2018). Mujeres con aroma a café [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2018/08/mujeres-con-aroma-a-cafe.html>

La Guajira Hoy.com. (2018). Robaron instrumentos musicales del museo histórico de Fonseca. [En línea]. Obtenido de <https://laguajirahoy.com/2018/05/robaron-instrumentos-musicales-del-museo-historico-de-fonseca.html>

Ley 835 de 2003. por medio de la cual la Nación se vincula a la conmemoración de los 300 años de fundación del municipio de San Juan del Cesar, departamento de La Guajira, y se autorizan apropiaciones presupuestales para proyectos de cultura e interés social. Obtenido de [http://www.suin-juriscal.gov.co/clp/contenidos.dll/Leyes/1669173?fn=document-frame.htm&f=templates\\$3.0](http://www.suin-juriscal.gov.co/clp/contenidos.dll/Leyes/1669173?fn=document-frame.htm&f=templates$3.0)

Lonely Planet (2018). Destinos Colombia. [En línea]. Obtenido de <https://www.lonelyplanet.com/>

Mauricio Pardo Rojas. (2009). Música y sociedad en Colombia: translaciones, legitimaciones e identificaciones. [Libro en línea].

Miguel Barrios. (2018). 'La gota fría', historia de la piquería más larga del vallenato. [En línea]. El Heraldo. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/entretenimiento/la-gota-fria-historia-de-la-piqueria-mas-larga-del-vallenato-479604>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2018). Prestadores de servicios turísticos. [En línea]. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/32382/prestadores_de_servicios_turisticos

Ministerio de Comercio Industria y Turismo [MinCIT]. (s.f.). Centro de Información Turística de Colombia (CITUR): estadísticas departamentales [En línea]. Obtenido de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Recorre Colombia. [En línea]. Obtenido de <https://www.recorrecolombia.com/>

Ministerio de Cultura (2013). Plan Especial de Salvaguardia para la Música Vallenata Tradicional del Caribe Colombiano. [En línea]. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Patrimonio/16-La%20m%C3%BAsica%20vallenata%20tradicional%20del%20Caribe%20colombiano%20-%20PES.pdf>

Ministerio de Cultura. (2016). Dinastía, hogar seguro de un patrimonio que es vida y canto. [En línea]. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Dinast%C3%ADa,-hogar-seguro-de-un-patrimonio-que-es-vida-y-canto.aspx>

Ministerio de Cultura. (2016). Directorio de casas de la cultura. Obtenido de www.mincultura.gov.co/prensa/...al.../Directorio%20Casas%20Cultura%202016.xlsx

Ministerio de Cultura. (s.f.). Casa museo de Fonseca La Provinciana. [En línea]. Obtenido de <http://simco.museoscolombianos.gov.co/Directorio/Museo?personaJuridicald=2920>

Ministerio de Cultura. (s.f.). Gran libro de la cocina colombiana. [PDF]. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo09.pdf>

Ministerio de Cultura. (s.f.). Museo histórico de Fonseca La Provincia. [En línea]. Obtenido de <http://simco.museoscolombianos.gov.co/Directorio/Museo?personaJuridicald=2889>

Ministerio de Cultura. ¡Ay ómbe juepajé! Toca canta, versa, juega y baila con el vallenato. [PDF]. [En línea]. Obtenido de http://www.mincultura.gov.co/proyectoeditorial/Documents%20Publicaciones/%C2%A1Ay%20%E2%80%99ombe%20juepa%20j%C3%A9!/cartilla_interactivo.pdf

Ministerio de Cultura. Resolución 1321 de 2014- por la cual se incluye la música vallenata tradicional del caribe colombiano en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial del ámbito nacional y se aprueba su Plan Especial de Salvaguardia. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-en-Colombia/lista-indicativa-de-candidatos-a-bien-de-interes-cultural/Paginas/Lista-Representativa-del-Patrimonio-Cultural-Inmaterial.aspx>

Ministerio de Cultura. Resolución 2733 de 2009 - Plan Especial de Salvaguardia del Sistema Normativo Wayuu aplicado por el PutchipO'i (Palabrero), declarado como Bien de Interés Cultural del Ámbito



Nacional e incluido en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Patrimonio/02-Resolucion%20PES%20Wayuu.pdf>

Ministerio de Salud. Ley 10 de 1990 – organización del Sistema Nacional de salud. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200010%20DE%201990.pdf

Ministerio de Salud. Resolución número 5261 de 1994. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%205261%20DE%201994.pdf

Ministerio del Interior. (2014). Plan Salvaguarda Wayuu, zona Sur de La Guajira. [PDF]. Obtenido de https://siic.mininterior.gov.co/sites/default/files/pueblo_wayuu_sur_de_la_guajira_-_diagnostico_comunitario_0.pdf

Municipios.com.co. (s.f.). La Cueva de los Santos en Barrancas, La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.municipios.com.co/sitio/931/la-cueva-de-los-santos>

Oficina del Alto Comisionado para La Paz. (s.f.). Zonas veredales para la dejación de armas de las Farc [PDF]. Obtenido de <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/herramientas/Documents/Zonas-de-ubicacion.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2011). Manual de desarrollo de productos turísticos.

Organización Mundial del Turismo. (2011). Manual de desarrollo de productos turísticos.

Organización Mundial del Turismo. (2013). Turismo y patrimonio cultural inmaterial.

Organización Mundial del Turismo. (2013). Turismo y patrimonio cultural inmaterial.

Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC). (2015). Comunicado de los Pueblos Indígenas de la Macro Regional Norte- ONIC. [En línea]. Obtenido de <http://www.onic.org.co/noticias/708-comunicado-de-los-pueblos-indigenas-de-la-macro-regional-norte-onic>

Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC). (s.f.). Wiwa. [En línea]. Obtenido de <http://www.onic.org.co/pueblos/1159-wiwa>

Paseo Vallenato (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.paseovallenato.com>

Petit Futé (2018). Destinos Colombia. [En línea]. Obtenido de <https://www.petitfute.com>

Pinbus.com (s.f.). Recorrido Santa Marta – Valledupar. [En línea]. Obtenido de <https://pinbus.com/buscar/31/43?salida=2018-11-14>

Portafolio. (2006). Fonseca, la tierra del cantor. [En línea]. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/fonseca-tierra-cantor-189040>

Portal Vallenato. [En línea]. Obtenido de <https://portalvallenato.net/2018/09/04/san-juan-prepara-un-festival-de-altura/>

Programa de Transformación Productiva-PTP (2013). Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza en Colombia. [En línea]. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ef226c3-5cb5-410a-b081-ad762c9f4e17>

Provincia tours (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://provinciatours.com/>

Red Didactalia. Mapa político de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <https://mapasinteractivos.didactalia.net/ca/comunitat/mapasflashinteractivos/recurs/mapa-politico-de-la-guajira-colombia-igac/c8399ec4-1a31-4720-9e5e-c7e2832ec56f>

Registro Único Nacional de Áreas Protegidas (2018). [En línea]. Obtenido de <http://runap.parquesnacionales.gov.co/area-prottegida/755>

Resolución 1686 de 2004. Por la cual se declaran veinticinco (25) bienes inmuebles de arquitectura religiosa, localizados en los departamentos de Antioquia, Boyacá, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena y Valle del Cauca, como Bienes de Interés Cultural de Carácter Nacional. Obtenido de <https://diario-oficial.vlex.com.co/vid/resolucion-1686-43216749>

Revista Credencial. Los Bolaño, una dinastía juglar. [En línea]. Obtenido de <http://www.revistacredencial.com/credencial/noticia/actualidad/los-bolano-una-dinastia-juglar>

Riveros, H. & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la industria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima, Perú: Programa cooperativo de desarrollo agroindustrial rural – PRODAR.

Riveros, H. & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la industria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima, Perú: Programa cooperativo de desarrollo agroindustrial rural – PRODAR.

Semana.com. (2017). ¿Cuáles son los cuatro aires del vallenato? [En línea]. Obtenido de <https://www.semana.com/cultura/articulo/cuales-son-los-cuatro-aires-del-vallenato/522986>

Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA Guajira (2018). Programas. [En línea]. Obtenido de <http://comunidadesenaguajira.blogspot.com/p/programas.html>

Servitour del Caribe (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.servitourdelcaribe.com>

Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC). Artesanías – La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=44&COLTEM=217>

Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC). Danza - La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=44&COLTEM=221>

Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC). Población - La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=44&COLTEM=216>

Sistema Nacional de Información Cultural [SINIC]. (s.f.). Directorio de Entidades de Teatro. [En línea]. Obtenido de http://www.sinic.gov.co/SINIC/FuncionesPublicasSIPA/Entidades/EntidadesListadoPublico.aspx?AREID_SIPA=16&AREID=2&SUBID=1&SECID=69&SERID=71&ENTID=23

Solera Viajes y Turismo (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://soleratravels.com/solera/>



Tomás Darío Gutiérrez Hinojosa. (2013). Cultura vallenata: origen, teoría y pruebas. [Libro].

Unidad de Planeación Minero Energética [Upme]. (s.f.). Informe departamental minero La Guajira [PDF]. Obtenido de http://www1.upme.gov.co/simco/Cifras-Sectoriales/EstudiosPublicaciones/Informe_Minero_UPME_2017.pdf

Universidad de La Guajira. Lanzado el Diplomado Gestión de Turismo Sostenible en La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.uniguajira.edu.co/portal-de-noticia/item/1174-lanzado-el-diplomado-gestion-de-turismo-sostenible-en-la-guajira>

Universidad de La Guajira. Maestría en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible. [En línea]. Obtenido de <http://www.uniguajira.edu.co/maestria-en-gestion-turistica-ficha-tecnica>

Universidad de La Guajira. Pregrado en Administración Turística y Hotelera. [En línea]. Obtenido de <http://www.uniguajira.edu.co/portal-de-noticia/itemlist/category/40-pregrado-en-administracion-turistica-y-hotelera>

Vallenatero. (2017). 47° Festival Folclórico del Fique. [En línea]. Obtenido de <http://vallenatero.com/festival-del-fique>

Viva Fm. (s.f.). Rafael Antonio Amaya. [En línea]. Obtenido de <https://www.vivafm.com.co/2008/12/rafael-antonio-amaya.html>

Walekett (2018). Planes al Sur de La Guajira. [En línea]. Obtenido de <http://www.walekett.com/blog/pasadia-en-fonseca/>



8. Anexos

Anexo 1. Evidencias de la socialización inicial [Adjunto].

Anexo 2. Actualización de inventarios turísticos [Adjunto].

Anexo 3. Fichas de prestadores de servicios turísticos por municipio [Adjunto].

Anexo 4. Formato de encuestas a turistas [Adjunto].

Anexo 5. Guion entrevistas a agencias de viaje [Adjunto].

Anexo 6. Evidencias de los talleres de co-creación (listas de asistencia) [Adjunto].

Anexo 7. Evidencias fotográficas de los talleres de co-creación.

Anexo 8. Presentación final de los talleres de co-creación.

Anexo 9. Matriz inversiones y plan de acción.

8.7. Evidencias fotográficas de los talleres de co-creación

Grupo 1-Fonseca, Distracción, Barrancas

Fecha: 17 octubre 2018

Departamento: Guajira

Municipio: Fonseca

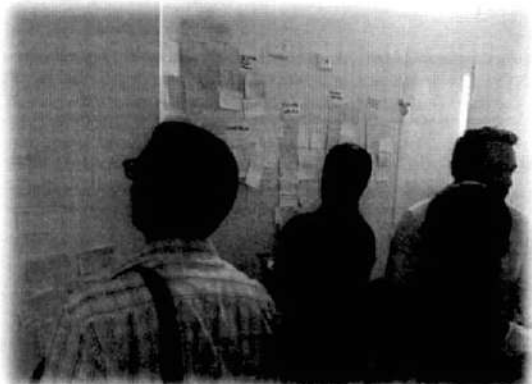


Grupo 2-San Juan del Cesar

Fecha: 18 octubre 2018

Departamento: Guajira

Municipio: San Juan del Cesar



Grupo 3-El Molino, Villanueva, Urumita, La Jagua del Pilar

Fecha: 19 octubre 2018

Departamento: Guajira

Municipio: Urumita

