

**Plan Estratégico De Marketing Para El Operador Turístico Bosques De Cacao Bajo Un
Enfoque Sostenible**

Zayra Lizeth Parra Beltrán

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Turismo

Directora

Laura Victoria Buitrago Álvarez

Magister en Administración con énfasis en Innovación

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Profesional en Turismo

Bucaramanga

2025

Tabla de Contenido

	Pág.
1. Planteamiento del Problema	10
2. Objetivos.....	13
2.1 Objetivo General	13
2.2 Objetivos Específicos	13
3. Marco Referencial	14
3.1 Marco Conceptual	14
3.1.1 Agroturismo	14
3.1.2 Cacao	14
3.1.3 Diagnóstico Organizacional.....	15
3.1.4 Emprendimiento	15
3.1.5 Marketing Digital	15
3.1.6 Nicho de Mercado	16
3.1.7 Operador Turístico	16
3.1.8 Sendero Turístico	16
3.1.9 Señalización de Senderos.....	17
3.1.10 Turismo Comunitario	17
3.1.11 Turismo Rural	18
3.1.12 Turismo Sostenible	18
3.2 Marco Teórico.....	19
3.2.1 Conducta Planificada.....	19
3.2.2 Desarrollo Local en el Turismo.....	22

3.2.3 Desarrollo Regenerativo	23
3.2.4 Desarrollo Sostenible.....	24
3.2.5 Guión interpretativo.....	26
3.2.6 Marketing Mix	27
3.2.7 Marketing Turístico	28
3.2.8 Planificación Estratégica	29
3.3 Marco Legal.....	30
4. Metodología.....	32
5. Generalidades y Contexto del Municipio	34
5.1 Localización.....	34
5.2 Límites Municipales	34
5.3 Clima y Vegetación.....	34
5.4 Vías de Acceso.....	35
5.5 Eventos, Ferias y Fiestas	35
5.6 Oferta Turística	38
5.6.1 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje.....	38
5.6.2 Establecimientos Gastronómicos	44
6. Resultados.....	45
6.1 Realizar un diagnóstico que permita visualizar la situación y los procesos actuales que han tenido Bosques de Cacao como operador turístico.	45
6.1.1 Diagnóstico sobre Bosques de Cacao.....	45
6.1.2 Entrevista hacia el gerente de Bosques de Cacao Yariguies, Miguel Ángel Beltrán Marín	46
6.1.3 Herramientas para realizar el diagnóstico (DAFO y PEST).....	56

6.2 Identificar las potencialidades en relación a la demanda y oferta actual de Bosques de Cacao.	59
6.3 Elaborar una propuesta de marketing digital para posicionar Bosques de Cacao en el mercado nacional e internacional.	67
6.3.1 Matriz Estratégica de Marketing Digital para Bosques de Cacao.....	67
6.3.1.1 Identificación del nicho de mercado.....	70
6.3.1.2 Actualización Página web.....	71
6.3.1.3 Flyers de información	73
6.3.1.4 Talleres y Actividades a través del Turismo Educativo y Responsable	75
6.4 Diseñar un producto turístico integrando los fundamentos del desarrollo sostenible.	78
Conclusiones.....	94
Referencias	96
Apéndices	Error! Bookmark not defined.

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Marco Legal Enfocada al Turismo	30
Tabla 2 DAFO	56
Tabla 3 PESTEL	58
Tabla 4 Matriz Estratégica. Marketing Digital	67

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Corpus Christi	36
Figura 2 Feria Agropecuaria y Cultural	37
Figura 3 Nombres de los Alojamientos.....	39
Figura 4 Clasificación en la Prestación del Servicio.....	39
Figura 5 Número de Habitaciones por Alojamiento	40
Figura 6 Capacidad Total de Huéspedes	40
Figura 7 Servicios Ofrecidos en el Establecimiento	41
Figura 8 Accesibilidad y Redes Sociales	41
Figura 9 Comentarios sobre la elección del Alojamiento	42
Figura 10 Precios Promedio por Habitación	42
Figura 11 Tipos de Clientes.....	43
Figura 12 Establecimientos con RNT	43
Figura 13 Tipo de Establecimiento	44
Figura 14 Encuesta: Interés de Conocer.....	59
Figura 15 Encuesta: Rango de Edad	60
Figura 16 Encuesta: A qué se Dedicaba	60
Figura 17 Encuesta: Lo que menos disfruto	61
Figura 18 Encuesta: De qué Lugar nos Visitó?	62
Figura 19 Encuesta: Motivo de Viaje.....	62
Figura 20 Encuesta: Propuestas para Mejorar	63

Figura 21 Encuesta: Con quien visitó	64
Figura 22 Encuesta: Le gustaría encontrar algo nuevo y diferente.....	65
Figura 23 Visión y Misión.....	72
Figura 24 Galería	72
Figura 25 Servicios turísticos	73
Figura 26 QR Página Web.....	73
Figura 27 Flayer Informativo	75
Figura 28 Señalización Ecológica.....	92

Resumen

Título: Plan Estratégico De Marketing Para El Operador Turístico Bosques De Cacao Bajo Un Enfoque Sostenible*

Autor: Zayra Lizeth Parra Beltrán**

Palabras Clave: Plan Estratégico, Producción de cacao, Marketing, Turismo Rural, Enfoque Regenerativo

Descripción:

El objetivo de este documento es diseñar un plan estratégico de marketing para el operador turístico Bosques de Cacao en El Carmen de Chucuri, municipio de Santander ubicado en la provincia Yariguies, tomando a consideración el papel tan fundamental que presentan las nuevas variaciones en el mercado turístico.

La técnica de investigación que se aplicó fue cualitativa en cuanto al diagnóstico para visualizar la situación y los procesos actuales que ha tenido Bosques de Cacao como operador turístico. Para identificar conceptos como la demanda y oferta en el mercado internacional de producción del cacao, además de la creación de una propuesta en marketing digital, y el diseño de un producto turístico, se emplearon técnicas de investigación mixta apoyadas en encuestas, entrevistas y análisis de observación.

* Trabajo de Grado

** Instituto de proyección regional y educación a distancia. Profesional en Turismo. Directora Laura Victoria Buitrago Álvarez, Magister en Administración con énfasis en Innovación.

Abstract

Title: Strategic Marketing Plan For Bosques De Cacao Tour Operator Under A Sustainable Approach*

Author(s): Zayra Lizeth Parra Beltrán **

Key Words: Strategic Plan, Cocoa Production, Marketing, Rural Tourism, Regenerative Approach.

Description:

The objective of this document is to design a strategic marketing plan for the tour operator Bosques de Cacao in El Carmen de Chucuri, municipality of Santander located in the Yariguies province, taking into consideration the fundamental role of new variations in the tourism market.

The research technique to be developed will be qualitative in terms of diagnosis to visualize the situation and the current processes that Bosques de Cacao has had as a tour operator. To identify concepts such as demand and supply in the international cocoa production market, in addition to the creation of a digital marketing proposal and the design of a tourism product, mixed research techniques supported by surveys, interviews and observation analysis were used.

* Degree Work

** Institute of regional projection and distance education. Professional in Tourism. Director Laura Victoria Buitrago Álvarez, Master in Administration with emphasis in Innovation.

1. Planteamiento del Problema

La historia del cacao en El Carmen de Chucuri, municipio de Santander ubicado en la provincia Yariguies, inicia desde 1960 y ha perdurado a pesar de la guerra. Durante los últimos 30 años se ha venido observando el fraccionamiento de tierras, lo que ha llevado que hoy en día habiten muchas familias en áreas productivas (fincas) más pequeñas. La ausencia de mano de obra es un problema, por la gran migración de jóvenes hacia las ciudades o los que se han visto encaminados a engrosar las filas de las fuerzas militares, esto motivado por la precepción de falta de oportunidades en el campo, hace alrededor de 15 años, la cobertura en los servicios de educación abarca prácticamente todo el territorio rural en el municipio, no ha logrado brindar herramientas a los jóvenes para afrontar las actividades rurales y convertirlas en rentables económicamente y mejorar la calidad de vida, por el contrario, la gran mayoría de los jóvenes al obtener los diplomas de bachiller o de profesionales abandonan las áreas rurales. Dicha situación actualmente es un problema para los dueños de las fincas por la carencia de mano de obra. Es en este punto, donde el turismo alrededor del cacao entra para generar condiciones en las cuales nuevas generaciones permanezcan en el territorio, desarrollándose bajo criterios del enfoque regenerativo.

Belmin SAS, nace como una empresa que puede generar ingresos más allá de la producción, se consolida como el único exportador directo de micro lotes de cacao de El Carmen de Chucurí en sus más de 70 años de historia de producción y sus más de 7 mil toneladas de cacao que se producen anualmente en el municipio. A partir de dicha actividad se genera la idea de crear Bosques de Cacao Yariguies, un operador turístico que se destaca por unos principios como lo son la transparencia, la conciencia ambiental y social, la honestidad, y por los demás, el compromiso,

la responsabilidad, la perseverancia, la calidad y la autocrítica. En la empresa, desde el año 2014, se han venido recibiendo voluntarios (tipo backpackers) como estrategia de promoción y posicionamiento del destino de turismo de cacao, principalmente a través de las plataformas Worldpackers y Wwoof, estrategia con la que finalmente desde el año 2017 se empezó a recibir turistas que dan un alto valor al conocimiento que se tiene en la finca en la producción de cacao y de todo el proceso para la elaboración de chocolate. Entre los años 2014 y 2024 se han recibido aproximadamente 300 voluntarios y alrededor de 30 grupos de turismo, donde destacan los visitantes internacionales los cuales tienen como tema de interés todo lo relacionado a la producción de un buen chocolate.

El PNN Serranía de los Yariguies, es una de las reservas naturales más importantes de la región, es el área boscosa con mayor biodiversidad en el departamento de Santander además de contener una gran cantidad de ecosistemas, y no solo es importante para la conservación, también es desde donde se alimenta la hidroeléctrica Hidrosogamoso (represa de Topocoro), que genera gran cantidad de electricidad para el país, reserva que adicionalmente para la región representa un tema de identidad (al tener en su nombre a la tribu indígena Yariguies). Por otro lado, el PNN Serranía de los Yariguies se convirtió también en la manera de cerrar un capítulo de violencia en el territorio, ya que su declaratorio como parque se da en el año 2005 y coincide con la extinción de los grupos ilegales armados que durante muchas décadas dominaron la región, por lo que este parque representa una nueva oportunidad para la comunidad de poder desarrollar la modalidad del turismo de naturaleza alrededor de este.

En la actualidad, las tendencias del turismo mundial se relacionan con las actividades relacionadas con el contexto rural, es así como el turismo rural se ha convertido en un auge, buscando experiencias auténticas, alejadas del bullicio de las ciudades, buscan encontrar espacios rurales, un refugio para conectar con la naturaleza, la cultura y la vida local, desde el respeto, sin comprometer su identidad y su entorno. Por tal razón, Bosques de Cacao busca centrar su autenticidad e identidad con el cacao, con experiencias desde lo tradicional y gastronómico, creando actividades con la naturaleza y el campo, contribuyendo con la sostenibilidad apoyando las buenas prácticas y la investigación.

Como operador turístico Bosques de Cacao está en un constante cambio debido a la gran variación del mercado turístico, sumando los deficientes procesos de planeación estratégica de las operaciones que conlleva a que la empresa no se beneficie de tener metas organizacionales. Estas malas prácticas han ralentizado el crecimiento, con resultados económicos negativos. Con el plan de mercadeo, se busca alcanzar un éxito y reconocimiento como una empresa de calidad y con excelentes estrategias que favorezcan su entorno social.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico de marketing para el operador turístico Bosques de Cacao bajo un enfoque sostenible, como estrategia para incrementar las ventas de manera efectiva.

2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico que permita visualizar la situación y los procesos actuales que han tenido bosques de cacao como operador turístico.
- Identificar las potencialidades en relación a la demanda y oferta actual de Bosques de Cacao.
- Elaborar una propuesta de marketing digital para posicionar Bosques de cacao en el mercado nacional e internacional.
- Diseñar un producto turístico integrando los fundamentos del desarrollo sostenible.

3. Marco Referencial

3.1 Marco Conceptual

3.1.1 Agroturismo

Es una forma de turismo que busca la conexión directa con el entorno rural y agrícola. En esencia, ofrece a los visitantes la oportunidad de experimentar y participar en la vida del campo, permitiéndoles conocer de cerca las actividades agrícolas y ganaderas, así como disfrutar de la tranquilidad y belleza de los paisajes rurales. Este tipo de turismo se centra en la relación directa entre los visitantes y la vida agrícola, proporcionando experiencias auténticas y enriquecedoras. Los turistas suelen hospedarse en granjas, fincas o alojamientos rurales, donde pueden involucrarse en actividades agrícolas como la cosecha de cultivos, el ordeño de animales o la participación en la elaboración de productos locales. Además de la participación en las labores del campo, el agroturismo también brinda la oportunidad de degustar alimentos frescos y productos locales, directamente cultivados o elaborados en la región. Los turistas pueden disfrutar de comidas caseras con ingredientes provenientes de la propia finca o de los alrededores, lo que añade un componente gastronómico auténtico a la experiencia. Portillo, Germán (2024)

3.1.2 Cacao

Según Monroy (2022) el cacao es una planta, de la familia de las malváceas, propia de zonas tropicales y subtropicales. Su nombre científico oficial es *Theobroma cacao*. Procediendo el término “*Theobroma*” del griego, y cuyo significado no es otro que “alimento de los dioses”. De ahí el sobrenombre, más o menos conocido -según la región-, del cacao. El árbol del cacao se

conoce como cacaotero, y se estima que procede, en origen, de la cuenca del Amazonas (donde hay pruebas de su cultivo y consumo desde hace más de 5.500 años). Este árbol es de hoja perenne, crece de 4 a 7 metros en los cultivos (hasta 20 en su versión silvestre) y siempre está en flor. También es denominado como cacao el fruto de este árbol (una especie de mazorca que crece en sus troncos), o las semillas que se extraen del mismo.

3.1.3 Diagnóstico Organizacional

Un diagnóstico organizacional es un análisis que permite conocer la situación actual de una empresa, proyecto o equipo, para identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. El objetivo es que las organizaciones puedan tomar decisiones informadas para su desarrollo y crecimiento. Para realizar un diagnóstico organizacional se pueden utilizar diversas herramientas y métodos, como encuestas, entrevistas, observaciones, análisis de documentos o revisiones de desempeño. (Gonzalez, 2024)

3.1.4 Emprendimiento

Un emprendimiento es un negocio que surge a partir de una persona o grupo de personas que tienen un espíritu inquieto, que buscan poner en juego su creatividad y ven la oportunidad de ofrecer una solución diferente a una necesidad existente, asumiendo diferentes riesgos. (QuickBooks, 2024)

3.1.5 Marketing Digital

El marketing digital (también llamado marketing online) es un sistema que permite promocionar los productos o servicios de una marca a través de internet, utilizando canales y

herramientas en línea de manera estratégica para contribuir a alcanzar los objetivos de negocio generales de la empresa. Surge como resultado del paso de la web 1.0 (formada por contenidos estáticos controlados por las empresas, de manera similar a los medios tradicionales) a la web 2.0, en la que los usuarios pueden interactuar y su voz comienza a ser importante. Sin embargo, el concepto comienza a utilizarse por primera vez en la década de los 90. (Cardona, 2024)

3.1.6 Nicho de Mercado

Según ESERT (2019), un nicho de mercado es un segmento de consumidores que poseen características similares y cuyas necesidades no se encuentran satisfechas con las ofertas actuales del mercado. No abarca todo el segmento del mercado, sino una parte pequeña del mismo, un microsegmento compuesto por consumidores que tienen demandas más complejas y difíciles de satisfacer debido al grado de especialización necesario.

3.1.7 Operador Turístico

Según la OMT (1998.) “los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista o la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque pueden extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.).”

3.1.8 Sendero Turístico

Según en el proyecto PRAA (s.f.) en términos generales los senderos turísticos, son más una forma de camino cuyo objetivo principal es transportar a los usuarios en una experiencia

recreativa, de ocio motivada principalmente por conocer, disfrutar y aprender de los recursos y atractivos turísticos de un determinado destino o atractivo turístico.

3.1.9 Señalización de Senderos

Según el instituto distrital de turismo de Bogotá (2023) la señalización se convierte en un elemento fundamental, contribuyendo a la regulación de movilidad, dirigiendo la atención hacia los lugares que están aptos para la realización de actividades de turismo, ayudando a la conservación del patrimonio cultural y natural, es decir, es una herramienta de gestión del espacio y de comercialización del turismo, informando y orientando al turista tanto espacial como en su comportamiento en el territorio.

3.1.10 Turismo Comunitario

Como una alternativa al turismo de sol y playa, que suele ser altamente agresivo con el medio ambiente y la cultura local, se ha pensado que se podría apostar por un tipo de turismo gestionado por familias campesinas, comunidades, cooperativas o pueblos indígenas, mismos que integrarían una actividad complementaria a las tradicionales. Así surge el turismo comunitario en varios países de Latinoamérica. El turismo comunitario, según Cañada (2012), es un tipo de turismo en el que la población rural, principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. Se trata por lo tanto de un turismo de formato pequeño o de nicho que debe permitir establecer sinergias con otras políticas de desarrollo.

3.1.11 Turismo Rural

ONU Turismo (2024) entiende el turismo rural como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: i) baja densidad demográfica, ii) paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y iii) estructuras sociales y formas de vida tradicionales”.

3.1.12 Turismo Sostenible

La Organización Mundial del Turismo define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

3.2 Marco Teórico

A través de esta investigación se busca diseñar un plan estratégico de marketing para el operador turístico Bosques de Cacao, bajo un enfoque sostenible con este marco teórico se abordarán conceptos que serán fundamentales durante el desarrollo de este trabajo como planificación estratégica, marketing MIX y desarrollo sostenible.

3.2.1 Conducta Planificada

El turismo sostenible se ha consolidado como una de las principales tendencias dentro de la industria turística global, respondiendo a la creciente demanda de experiencias responsables y respetuosas con el entorno natural, cultural y social. Este enfoque no solo busca minimizar los impactos negativos del turismo, sino también potenciar sus beneficios, como la generación de empleo local, la conservación de los recursos naturales y la valorización de las tradiciones culturales. Dentro de este contexto, surge la necesidad de implementar estrategias de marketing que resalten el compromiso con la sostenibilidad y que, al mismo tiempo, atraigan a un público consciente de su impacto ambiental y social. El operador turístico Bosques de Cacao, situado en un entorno privilegiado, representa una oportunidad para combinar la preservación del medio ambiente con el desarrollo económico y social de las comunidades locales. Sin embargo, para alcanzar el éxito en su misión sostenible, es fundamental comprender las motivaciones, actitudes y barreras que enfrentan los turistas al elegir experiencias sostenibles. Aquí es donde la Conducta Planificada se convierte en una herramienta clave, ya que permite analizar las intenciones y comportamientos de los consumidores en base a factores psicológicos y sociales.

La Conducta Planificada, propuesta Ajzen y Fishbein (1969), sostiene que el comportamiento humano está influenciado principalmente por tres factores:

1. La actitud está formada por las creencias basadas en las ventajas y desventajas del comportamiento en cuestión. Son proposiciones que ligan con una determinada consecuencia o algún otro atributo, cargado de valor positivo o negativo.

2. El componente normativo es el segundo factor de la intención del comportamiento, formado por las creencias personales del individuo sobre cómo debe posicionarse en una situación dada y por las creencias sociales, relacionado con su percepción en cuanto a las expectativas de los otros sobre su comportamiento ante la misma situación.

3. El tercer factor o predictor de la intención es el control del comportamiento percibido que se refiere al grado de facilidad o dificultad identificada por el individuo al paso de realizar una acción de comportamiento.

Esta teoría resulta especialmente relevante en el contexto turístico, ya que permite identificar no solo qué factores motivan a los visitantes a elegir experiencias sostenibles, sino también qué barreras perciben al tomar estas decisiones. Por ejemplo, un turista puede valorar positivamente las prácticas sostenibles (actitud), pero sentirse desmotivado si considera que el costo es elevado (control conductual percibido) o si no percibe una presión social que lo impulse a actuar de manera sostenible (normas subjetivas).

Además, el marketing estratégico juega un papel crucial para traducir estos factores psicológicos en acciones concretas. Una estrategia de marketing eficaz no solo debe promover los valores sostenibles del operador, sino también abordar las percepciones y barreras identificadas, destacando los beneficios tangibles e intangibles de optar por este tipo de turismo.

La Teoría de la Conducta Planificada (TCP) puede ser una herramienta efectiva para diseñar estrategias que impulsen el turismo sostenible en Bosques de Cacao. A través de sus componentes clave (actitudes, normas subjetivas y control conductual percibido), es posible desarrollar tácticas específicas que incluyan el uso de tecnologías digitales, como páginas web, y la creación de un producto turístico atractivo y alineado con los principios de sostenibilidad.

1. Actitudes hacia el turismo sostenible

Diagnóstico de actitudes: Identificar las percepciones de los turistas sobre el turismo sostenible y los productos que ofrece Bosques de Cacao. Esto puede incluir el interés por conocer procesos de producción de cacao, participación en actividades ecológicas o contacto con comunidades locales.

Estrategias para influir en actitudes positivas: Historias de impacto ambiental y social generadas por el operador. Fotografías de alta calidad que muestren la riqueza natural y cultural del lugar. Videos de testimonios de visitantes que resalten las experiencias transformadoras que tuvieron.

2. Normas subjetivas

Influencia social en la decisión de compra: En el sector turístico, los viajeros están influenciados por recomendaciones de amigos, familiares, influencers y reseñas en línea. Por lo tanto, es crucial generar una percepción de apoyo social hacia las experiencias que ofrece Bosques de Cacao.

Estrategias para fortalecer las normas subjetivas: Marketing en redes sociales. Programas de embajadores de marca. Reseñas y valoraciones.

3.Control conductual percibido

Barreras percibidas por los turistas: Percepción de precios elevados. Dificultades para encontrar información clara y confiable. Accesibilidad limitada al destino.

Estrategias para facilitar la decisión del turista: Optimización de la página web. Creación de un producto turístico sostenible (combinar actividades educativas, recreativas y culturales). Incentivos y promociones.

Al implementar estas acciones, Bosques de Cacao puede posicionarse como un referente en turismo sostenible, logrando no solo atraer más visitantes, sino también fomentar actitudes, comportamientos responsables en los turistas y aumentar las ventas.

3.2.2 Desarrollo Local en el Turismo

El desarrollo local es un enfoque que prioriza la participación activa de las comunidades y recursos propios de una región para impulsar su crecimiento económico, social y cultural. Este concepto adquiere especial relevancia en el turismo, ya que esta actividad tiene el potencial de ser un motor de desarrollo inclusivo y sostenible. Bajo esta concepción, desarrollo local sería todo proceso en el que participen actores en la discusión de un territorio determinado. Según autores como Boisier (2004), este proceso implica:

Empoderamiento comunitario: Los habitantes toman decisiones sobre el rumbo de su desarrollo.

Autonomía regional: Las iniciativas se centran en el aprovechamiento de los recursos y capacidades locales, minimizando la dependencia externa.

Sostenibilidad: Se promueve un equilibrio entre el crecimiento económico, la inclusión social y la preservación ambiental.

Para que el turismo contribuya al desarrollo local, deben considerarse varios factores claves: Como la participación comunitaria; las comunidades locales deben estar en el centro del diseño, implementación y gestión de proyectos turísticos. Herramientas como talleres participativos, consultas ciudadanas y formación en gestión turística. Aprovechamiento de recursos endógenos tales como los recursos naturales y su uso sostenible de áreas protegidas, flora y fauna. Los recursos culturales como las tradiciones, gastronomía, arte local y los recursos productivos como los productos agrícolas como el cacao. La innovación y capacitación para el desarrollo de competencias locales en áreas como atención al cliente, manejo de idiomas extranjeros y gestión de empresas turísticas. La introducción de tecnologías para promocionar los atractivos locales, como páginas web, redes sociales y aplicaciones móviles.

El desarrollo local en el contexto del turismo sostenible es una oportunidad para transformar comunidades mediante el aprovechamiento de sus recursos únicos, la promoción de su cultura y la preservación del medio ambiente. En el caso del operador Bosques de Cacao, integrar principios de desarrollo local garantizará que el impacto económico y social sea duradero y beneficie a todos los actores involucrados.

3.2.3 Desarrollo Regenerativo

El desarrollo regenerativo tiene una gran relación en el ser en sus bondades y capacidades de generar cambios a través de la conciencia por ende aplicar este tipo de teorías a la ejecución de trabajo es relevante ya que se genera la protección, preservación

y cuidado de nuestras redes ancestrales que son la inspiración de mostrarle al mundo lo que hay detrás de algo tan importante como lo es un chocolate.

El uso del término desarrollo regenerativo viene de los años 70 donde se analizaron las consecuencias de un mal uso de los recursos por parte de unos profesores que publicaron un informe donde explicaban “los límites del crecimiento” dicho documento expone diversos temas como lo es la sobrepoblación, el deterioro de los diferentes espacios Socatelli, P.M. Fundamentos del Desarrollo Regenerativo y el Turismo Regenerativo, 2022.

El principal objetivo de la planificación turística con enfoque regenerativo no es la prestación turística en sí misma, sino construir bienestar sobre la vocación del territorio. (Socatelli, 2022)

Es oportuno generar una visión con este tipo de prácticas ya que se aplica en todos los ámbitos de la vida cotidiana. El desarrollo regenerativo tiene 6 pilares que son el aspecto económico, espiritual, ambiental, social, cultural y político la aplicación de estos en la vida cotidiana gestar una conciencia y vida responsable en comunidad respetando el entorno y regenerando cada beneficio obtenido de él ya que somos parte del planeta tierra un elemento más.

3.2.4 Desarrollo Sostenible

“Nuestro Futuro Común” (1987) presentaba el término “desarrollo sostenible” como el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro de satisfacer sus propias necesidades, y buscaba atender tanto las demandas por una agenda de protección del medio ambiente como las de asegurar el desarrollo de los países con menor nivel de desarrollo. Por tanto, se requería la integración de las políticas ambientales y las estrategias de desarrollo (en sus componentes económico y social). Esta condición llevó al tratamiento, a lo largo del tiempo, de “tres dimensiones” o “tres pilares” del desarrollo sostenible (el económico, el social y el ambiental).

Pilares claves:

Ambiental: Uso responsable de recursos naturales para evitar su agotamiento y garantizar la biodiversidad. Ejemplo: Plantación sostenible de cacao.

Económico: Generar ingresos que beneficien tanto a la empresa como a las comunidades locales. Ejemplo: Programas de turismo vivencial con productores de cacao.

Social: Fomentar la equidad, la participación comunitaria y la mejora de la calidad de vida. Ejemplo: Incorporación de la comunidad local en actividades turísticas como guías o artesanos.

La sostenibilidad en el operador turístico Bosques de Cacao se fundamenta en un enfoque integral que combina el respeto por el medio ambiente, el beneficio económico para las comunidades locales y la preservación cultural. En el contexto local, esta iniciativa aprovecha la riqueza natural y cultural del cacao, un recurso emblemático de la región, no solo como un producto agrícola, sino como un eje central de experiencias turísticas sostenibles. El entorno ecológico en el que opera Bosques de Cacao se caracteriza por una biodiversidad significativa, lo que resalta la necesidad de implementar prácticas agrícolas responsables, como la agroforestería y el control biológico de plagas, para garantizar la conservación del suelo y la fauna.

El modelo de negocio sostenible para Bosques de Cacao implica la diversificación de sus actividades, incluyendo recorridos por plantaciones, talleres de chocolate artesanal y experiencias vivenciales, con un enfoque claro en la sostenibilidad. Asimismo, es crucial establecer alianzas estratégicas con entidades ecológicas y certificadoras, que respalden el compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible. De este modo, Bosques de Cacao no solo contribuye a la conservación del entorno, sino que también se posiciona como un referente en turismo rural responsable, atrayendo a un público cada vez más interesado en experiencias auténticas y respetuosas con el medio ambiente.

3.2.5 Guión interpretativo

De acuerdo con el Instituto Distrital de Turismo IDT: “Los guiones interpretativos son una técnica de comunicación y una herramienta metodológica que permite organizar de manera compendiada y coordinada los atractivos y servicios turísticos, teniendo como referente el destino o zonas elegidas por los planificadores turísticos, los guías y los operadores para mostrar a propios y visitante las características significativas del territorio” (Pinillos et al., 2021). Los guiones nos proporcionan los elementos de planificación complementarios con el fin de lograr que nuestros recorridos logren integrar actividades vivenciales al articular los elementos culturales, históricos y naturales, son una forma de presentar una lectura integral del territorio, pero a su vez única desde la mirada de quien lo ejecuta.

El guión interpretativo se fundamenta en varios principios clave que garantizan su efectividad como herramienta de comunicación en el turismo. En primer lugar, la comunicación efectiva es esencial; el guión debe ser claro, comprensible y adaptado a las características del público objetivo, transmitiendo mensajes relevantes que conectan con los intereses y emociones de los visitantes. Además, el uso de técnicas narrativas, como relatos emocionales, metáforas y descripciones sensoriales, permite captar la atención del público y fomentar una experiencia inmersiva. La relevancia y la autenticidad también son fundamentales, ya que los guiones deben basarse en información veraz y representar de manera genuina los valores culturales y naturales del destino. Estos principios no solo enriquecen la experiencia turística, sino que también contribuyen a fortalecer el vínculo emocional del visitante con el entorno y el mensaje interpretativo.

Al integrar mensajes de sostenibilidad, respeto por el medio ambiente y valoración de las culturas locales, el guión puede diferenciar al operador turístico de la competencia y crear una

propuesta de valor clara. Además, este tipo de narrativas tienen un alto potencial para ser utilizadas en campañas de marketing digital, materiales promocionales o como parte de la formación de guías turísticos, contribuyendo a la construcción de una imagen de marca coherente. Un guión interpretativo memorable también puede fomentar la fidelización, generando recomendaciones entre los visitantes y asegurando su regreso, lo cual es clave para el éxito a largo plazo del operador turístico.

Resaltar la importancia del guión interpretativo como una herramienta esencial para organizar las actividades turísticas con principios de sostenibilidad, mientras se promueve un impacto positivo tanto para los visitantes como para las comunidades anfitrionas.

3.2.6 Marketing Mix

El uso del concepto marketing mix es fundamental ya que engloba palabras que tienen gran relevancia como lo son producto, precio, promoción y plaza, dicha investigación se centra en identificar un nicho de mercado el cual tenga gran gusto por el cacao, chocolate, la naturaleza, la comunidad y la vida en el campo. El objetivo del marketing mix es fundamental para el desarrollo de un plan de marketing.

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. (Espinoza, 2014)

Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", describen el concepto de marketing como una filosofía de la dirección de marketing por la cual se logra alcanzar las metas de la organización y esto depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados,

Basadas en las teorías de los autores anteriores se pueden generar estrategias para mejorar la imagen, el producto y la relación con el cliente ya que el objetivo del marketing mix es fidelizar y atraer al cliente por la satisfacción de las diferentes necesidades que se generan actualmente.

3.2.7 Marketing Turístico

Los procesos relacionados a la comercialización de productos y servicios tienen un desarrollo relacionado con la interacción de los mercados, esto se logra a través del marketing. Por lo consiguiente, la comercialización de productos turísticos por medio de una estrategia de mercadeo recibe el nombre de Marketing Turístico. Ójeda y Mármol (2016) definen al marketing turístico como conocer y comprender el mercado para llegar a formar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada y capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto o servicio turístico. Ahora bien, “El marketing turístico es la parte encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello, deberá estudiar al consumidor turístico y sus necesidades o deseos” (Ójeda y Mármol, 2016, p. 8). Adicionalmente, se debe conocer las características de los mercados y el entorno que rodea a las empresas u organizaciones del sector turístico como la distribución y la comunicación de productos o servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así alcanzar los objetivos de rentabilidad. (Ójeda y Mármol, 2016, p. 8)

De esta manera, el marketing tiene recursos a favor en el sector turístico y es el incremento de los medios o redes sociales virtuales, las cuales representan oportunidades de negocio basada en el intercambio de información y la implementación de estrategias de marketing digital como las pautas publicitarias, e implementación de cookies, que permitan identificar cuando un consumidor visita determinada página para realizar remarketing e incentivar la compra e

implementar estrategias para mejorar la opinión de los clientes en línea. Los anteriores son factores fundamentales que se deben tener presentes en el sector turístico para permanecer vigentes en el mercado digital (Cuéllar et al., s.f.).

3.2.8 Planificación Estratégica

Una empresa para generar un cambio en sus procesos y cumplir con sus metas debe incluir procesos como lo es el plan estratégico puesto que se establecen los objetivos por lograr de manera planificada y se tiene una visión clara de los alcances que se quieren generar.

La planificación estratégica nos indica las acciones para conseguir los fines, teniendo en cuenta la posición competitiva relativa, y las previsiones e hipótesis sobre el futuro.

Para algunos autores la planeación estratégica es un proceso indispensable para la dirección de una empresa, ya que provee de estructura para tomar decisiones y ayuda a tener una visión de largo plazo (Steiner, 1979). Otro autor afirma que es fundamental lograr un desempeño superior al de los competidores y que es el punto de partida para tener un liderazgo y una dirección exitosa (Forehand y Sheshunoff, 2003). En el proyecto el uso de la planificación estratégica permitirá elaborar un diagnóstico y metas para lograr el éxito en los diferentes procesos además de generar una diferenciación de la competencia e incursionar en los mercados actuales correctos.

3.3 Marco Legal

Al diseñar un plan estratégico de marketing turístico, es crucial considerar el marco legal que regula la promoción y operación de servicios turísticos. Busca regular el sector, proteger al consumidor, y fomentar el turismo sostenible. Los principales aspectos legales para un plan de marketing turístico en Colombia son los siguientes:

Tabla 1
Marco Legal Enfocada al Turismo

Norma – Ley	Descripción
Ley 300 de 1996	“Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.
Ley 1558 de 2012	“Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones”.
Ley 1480 de 2011	“Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”.
Decreto 2438 de 2010	“Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos”.
Ley 1581 de 2012	“Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”.

Decreto 646 de 2021	“Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo Sostenible - Unidos por la Naturaleza”.
Decreto 229 de 2017	“Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo”.

Nota. Elaboración Propia.

4. Metodología

La metodología que se uso durante el desarrollo de este trabajo de grado tendrá un enfoque de **investigación mixto**, ya que se deben aplicar técnicas *cualitativas* y *cuantitativas* las cuales tienen elementos como de investigación analíticos, descriptivos y exploratorios.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

La siguiente investigación se desarrollará basándose en la teoría de Hernández-Sampieri ya que reúne los diferentes tipos de investigación en una sola la cual es muy completa para lograr el objetivo de dicho trabajo ya que el método mixto ofrece una gran variedad de ventajas como ampliar la visión sobre la investigación ya que se pueden emplear diferentes ayudas como gráficas, símbolos, elementos visuales entre otros lo cual ayuda a consolidar información valiosa para generar un positivo logro en el desarrollo de los objetivos planteados.

Es de esta manera se realizaría la metodología de acuerdo con cada objetivo:

1. **Realizar un diagnóstico que permita visualizar la situación y los procesos actuales que han tenido Bosques de Cacao como Operador Turístico.** Se realizará una técnica de investigación cualitativa, con herramientas de observación, análisis, documental y entrevistas. Las actividades por realizar son la revisión de documentos con los que cuenta actualmente la empresa, entrevistas con el gerente sobre los diferentes procesos que se han llevado a cabo y análisis a través de herramientas como la DOFA.

2. **Identificar la demanda y oferta actual de Bosques de Cacao.** Se realizará una técnica de investigación mixta, con herramientas de encuestas, entrevistas, análisis y observación. Las actividades por realizar son la realización de análisis de las tendencias de mercado internacionales relacionadas a temas de cacao y chocolate, y visitas a los diferentes procesos que se llevan a cabo en Bosques de Cacao para definir el tipo de clientes al cual se van a dirigir las propuestas.
3. **Elaborar una propuesta de marketing digital para posicionar Bosques de Cacao en el mercado nacional e internacional.** Se realizará una técnica de investigación mixta con herramientas de encuestas, entrevistas, análisis y observación. Las actividades por realizar son la investigación de sobre estrategias usadas en empresas similares, definir el nicho de mercado, identificar las experiencias que ofrece la finca, realizar una actualización de la página generando contenido de calidad en cada una de las redes sociales de la finca como videos de las diferentes actividades que se realizan diariamente subiendo fotografías, creando promocionales o paquetes para días feriados, y generar contactos con personas que tengan un alto número de seguidores en las diferentes redes pero que sean personas con un público que tengan conciencia ambiental, respeto por las comunidades y un alcance a nivel internacional.
4. **Diseñar un producto turístico integrando los fundamentos del desarrollo sostenible.** Se realizará una técnica de investigación mixta con herramientas de encuestas, entrevistas, análisis y observación. La actividad a realizar es la construcción de un documento donde se aplique la normativa y las buenas prácticas del enfoque sostenible.

5. Generalidades y Contexto del Municipio

5.1 Localización

El Carmen de Chucuri es un municipio que se encuentra ubicado en el corazón del parque Nacional Natural Serranía de los Yariguies, es un municipio joven de sexta categoría, fundado el 4 de junio de 1985 por Basilio Beltrán, Pedro José Beltrán y Felix Corzo. Está ubicado a 178 km de Bucaramanga la capital del departamento de Santander y 76 km de Barrancabermeja el puerto petrolero más grande del país. La economía en el Carmen de Chucurí se centra en la explotación agropecuaria principalmente en el cultivo del cacao, es un territorio con grandes riquezas hídricas lo cual permite que sean tierras altamente productivas, el municipio cuenta con 64 veredas y dos corregimientos. Según el Departamento de Planeación Nacional la población en el municipio es de 22.596 habitantes de los cuales 81.2% pertenece al área rural y el 18.8% al casco urbano.

5.2 Límites Municipales

El Carmen, se encuentra localizado en la provincia de Yariguies, limita por el norte con el Municipio de San Vicente de Chucuri; por el sur con Simacota, por el oriente con Galán y el Hato, y por el occidente con Simacota. Su precipitación media es de 2375 mm anuales.

5.3 Clima y Vegetación

La temperatura media es de 27°C a 300 m.s.n.m. y 11°C a 3.000 m.s.n.m., con un promedio de 23.9 °C a 815 m.s.n.m., altitud a la cual se halla el casco urbano del municipio de El Carmen° C. Altitud de la cabecera municipal, Oscila entre los 813 y 830 metros sobre el nivel del mar.

5.4 Vías de Acceso

Aéreas: Posee una pista de aterrizaje con las siguientes medidas 700 mts de longitud por 15 mts de ancho se utilizan vuelos periódicos, ya que no existe aeropuerto. Está ubicado en la vereda Sabanales a 40 minutos de la cabecera municipal.

Terrestres: La troncal del Magdalena Medio le sirve al municipio del Carmen de Chucurí para su accesibilidad vehicular en una distancia de 103 km pavimentados desde la ciudad de Bucaramanga hasta el sitio el Oponcito y desde allí por la vía que conduce a Yarima 40 Km. hasta la cabecera municipal del Carmen de Chucurí por carretera destapada con rodadura en aceite en buenas condiciones en periodo de verano. De la misma manera desde el sitio el Oponcito se comunica con la ciudad de Barrancabermeja en una distancia de 54 Km desde este sitio.

Esta troncal se constituye en la principal vía que le permite intercomunicarse con el resto del país vía Bogotá, Costa Atlántica y Antioquia.

El municipio cuenta con una red vial que comunica al 80% de todas las veredas que lo componen. Son carreteras sin pavimentar generalmente en muy malas condiciones debido a que no cuentan con las obras de arte (alcantarillas, cunetas) ni el mantenimiento adecuado ya que la administración municipal no cuenta con los recursos ni la maquinaria suficiente y adecuada para conservar en buen estado dichas vías, sobre todo en épocas de invierno.

5.5 Eventos, Ferias y Fiestas

Mayo: El corpus Christi es un evento en el cual las personas del campo ofrecen sus mejores productos a la iglesia como muestra de agradecimiento por las cosechas además se realizan rifas, se regalan productos para laborar en el campo a los campesinos.

Figura 1

Corpus Christi



Julio: 16 de julio celebración de la virgen del Carmen la patrona del municipio, lo cual incluye alborada, venta de comidas, celebraciones eucarísticas y un mini bazar para recolectar fondos en pro de la iglesia.

Noviembre: Ferias y fiestas en el Carmen de Chucurí se encuentran ya en su XV feria agropecuaria y cultural en 2024 se realizaron en las fechas del 7 al 10 de noviembre, contaron con

diferentes actividades que permitieron disfrutar de una variedad de actividades como representaciones culturales, festival gastronómico, feria de emprendedores.

Figura 2

Feria Agropecuaria y Cultural



Nota. Tomado de la gobernación de Santander vía Facebook.

Diciembre: Festival del cacao se realiza en la vereda Puerto Mechas a principios del mes de diciembre durante el evento se realizan eventos como el reinado popular, verbenas, riñas

gallísticas, competencias del desengrullador más rápido, la persona que pica cacao más rápido, los mejores frutos de cacao, bailes entre otras actividades que resaltan la importancia del grano en la comunidad, generalmente las personas que participan son de las veredas aledañas o de la cabecera municipal.

5.6 Oferta Turística

Para saber la oferta de establecimientos se realizó dos encuestas a los establecimientos de alojamiento y hospedaje y establecimientos gastronómicos.

5.6.1 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje

Según la clasificación en la Norma técnica sectorial NTSH 006 clasifican por estrellas de hoteles, los cuales estos se clasifican según la modalidad o prestación de servicio de la siguiente forma:

1. Albergue-refugio-hostal
2. Apartahotel
3. Apartamentos turísticos
4. Alojamiento rural – loge
5. Hotel Posadas turísticas
6. Reciento de Campamento o camping

Con esta información lo que se obtuvo en la recolección de las encuestas fue lo siguiente:

Se logró identificar 7 establecimientos los cuales son:

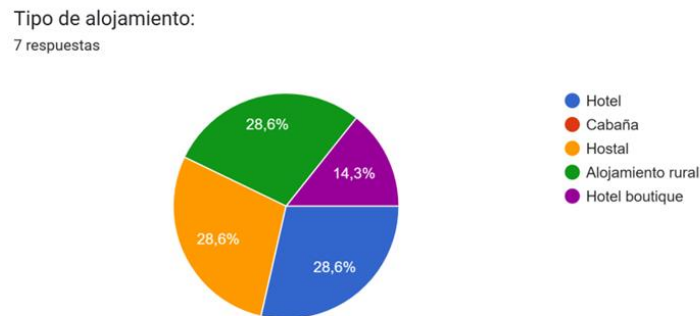
Figura 3
Nombres de los Alojamientos



Nota. Elaboración Propia

Estos establecimientos se clasifican en:

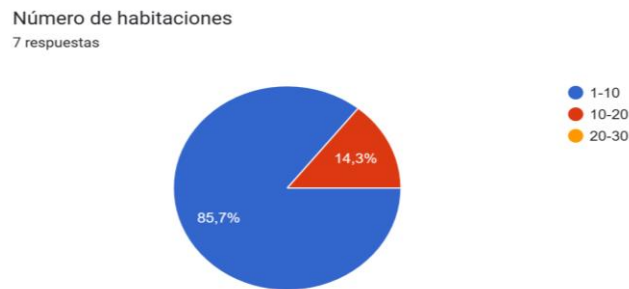
Figura 4
Clasificación en la Prestación del Servicio



Nota. Se observa que hay 3 Hoteles, 2 Hostales y 2 Alojamientos Rurales en el municipio.

De acuerdo con la información recolectada el número de habitaciones en los alojamientos es de 1 a 20. Con un 85,7% cuenta de a 1 a 10 habitaciones y un 14,3% entre más 10 a 20 habitaciones, como se observa en la siguiente figura:

Figura 5
Número de Habitaciones por Alojamiento



Nota. Elaboración Propia.

En la siguiente gráfica se puede observar la capacidad de huéspedes que tienen, con un 28,6% pueden 1 a 10 y un 71,4% pueden de 11 a 20 huéspedes.

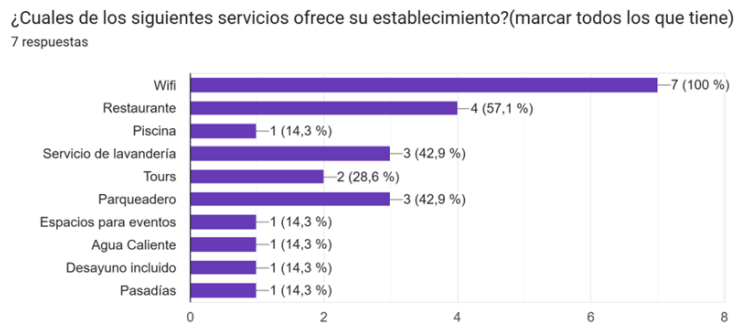
Figura 6
Capacidad Total de Huéspedes



Nota. Elaboración propia.

En la siguiente gráfica se muestran los servicios que pueden ofrecer en sus establecimientos. El cual un 100% cuenta con Wifi, un 57,1% cuenta con restaurante, un 14,3% cuenta con piscina, un 42,9% cuenta con servicio de lavandería, un 28,6% cuenta con tours, 42,9% cuenta con parqueadero, 42,9% cuenta con parqueadero y un 14,3% cuentan con agua caliente, desayuno incluido y pasadías.

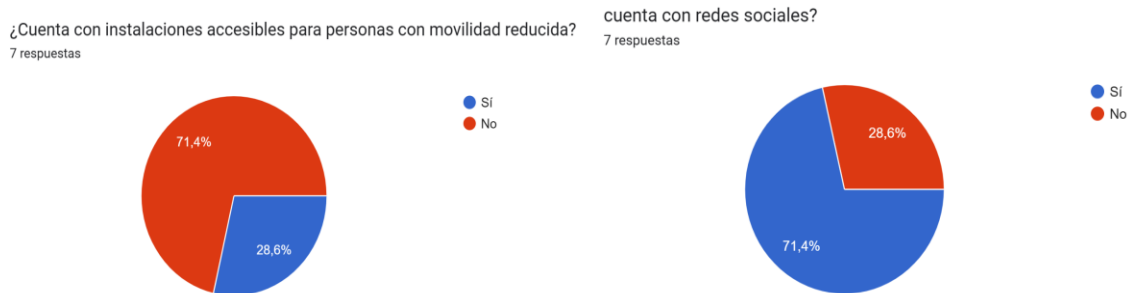
Figura 7
 Servicios Ofrecidos en el Establecimiento



Nota. Elaboración Propia

En las siguientes gráficas se puede evidenciar que algunos establecimientos, el 71,4% no cuentan en su mayoría con accesibilidad a personas con movilidad reducida y se evidencia que 71,4% si cuentan con redes sociales.

Figura 8
 Accesibilidad y Redes Sociales



Nota. Elaboración Propia.

En la siguiente gráfica se pueden observar los comentarios por los cuales los turistas llegan a hospedarse en su alojamiento:

Figura 9

Comentarios sobre la elección del Alojamiento

La mayoría de sus clientes por que se hospedan?
7 respuestas

Trabajo en entidades públicas como alcaldía además personas que asisten a eventos pero principalmente son personas que quieren espacios tranquilos y de calidad
La calidad del servicio
Por su comodidad
Por el buen servicio
Por el buen servicio y amabilidad
Experiencias
Buscan vivir la experiencia del cacao en nuestro proyecto.

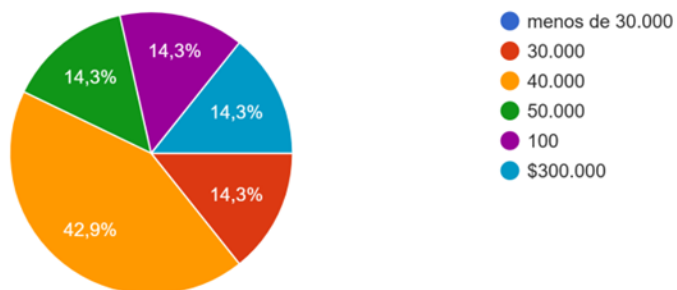
Nota. Elaboración Propia

De acuerdo con la siguiente gráfica se puede observar que los precios promedio de las habitaciones por noche son 42,9% de \$40.000, en algunos establecimientos el 14,3% oscilan entre los \$300.000, \$100.000, \$50.000 y \$30.000.

Figura 10

Precios Promedio por Habitación

Los precios promedio de las habitaciones por noche son?
7 respuestas

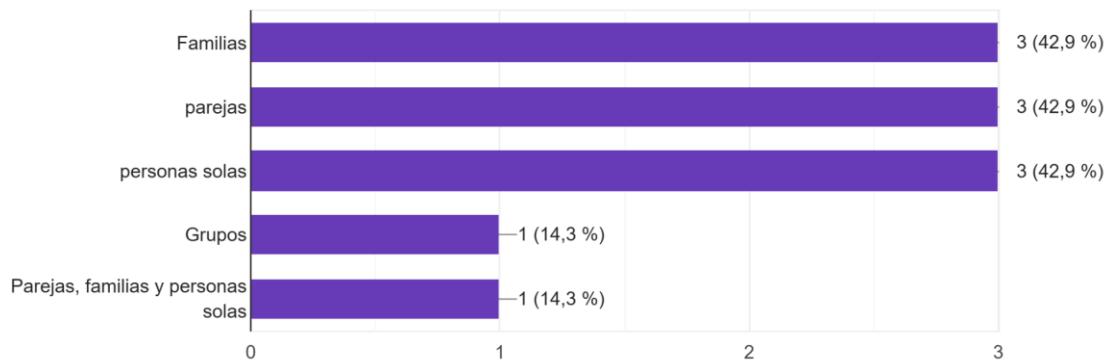


Nota. Elaboración Propia.

En la siguiente gráfica se puede observar el tipo de cliente que llega al alojamiento, el cual el 42,9% viene en familia, parejas o solo.

Figura 11
Tipos de Clientes

Que tipo de clientes recibe habitualmente en su alojamiento?
7 respuestas

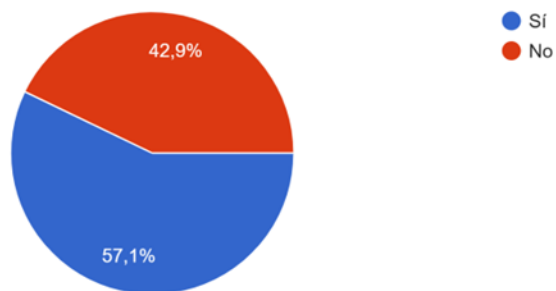


Nota. Elaboración Propia.

En la siguiente gráfica se puede observar el porcentaje de establecimientos que cuentan con RNT, el cual es un 57,1%, el 42,9% no cuentan con RNT.

Figura 12
Establecimientos con RNT

Cuenta con RNT Registro Nacional de Turismo
7 respuestas



Nota. Elaboración Propia.

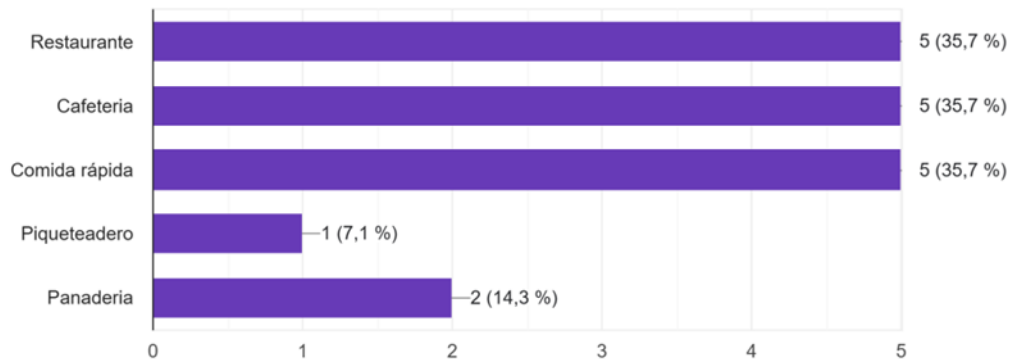
5.6.2 Establecimientos Gastronómicos

En el municipio del Carmen de Chucuri, se realizó una encuesta la cual se logró identificar un total de 14 establecimientos, los cuales son con un 35,7% Restaurantes, cafeterías y comidas rápidas, un 14,3% panadería y un 7,1% piqueteadero.

Figura 13

Tipo de Establecimiento

Tipo de establecimiento:
14 respuestas



Nota. Elaboración Propia.

6. Resultados

6.1 Realizar un diagnóstico que permita visualizar la situación y los procesos actuales que han tenido Bosques de Cacao como operador turístico.

6.1.1 Diagnóstico sobre Bosques de Cacao

Misión

En la agencia de viajes operadora turística Bosques de cacao tours conectamos amantes del chocolate (chocolatelovers) se conecten con las plantaciones de cacao en Colombia donde los principales actores son nuestros cacaocultores dedicados a cultivar cacao con las mejores prácticas regenerativas para mostrar los diferentes procesos que conlleva a producir un cacao de alta calidad para la elaboración de chocolates gourmet.

Visión

Para el año 2027 seremos una agencia con un amplio catálogo de servicios y reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de nuestros productos y espacios además con experiencias únicas, y nuestro gran aporte a la conservación de la cultura cacaotera y del medio ambiente fomentando prácticas de agricultura regenerativa, fortaleciendo a nuestros productores de cacao aliados bajo prácticas de desarrollo sostenible.

Valores Corporativos

1. Transparencia
2. Conciencia: Ambiental y social
3. Honestidad
4. Respeto: Ambiental, social y por el otro.
5. Compromiso
6. Responsabilidad

7. Perseverancia

8. Calidad

9. Disciplina

10. Autocrítica

6.1.2 Entrevista hacia el gerente de Bosques de Cacao Yariguies, Miguel Ángel Beltrán Marín

Entrevista con el gerente Miguel Ángel Beltrán Marín, sobre los diferentes procesos que se han llevado a cabo en Bosques de Cacao Yarigués, para generar un análisis de cómo ha funcionado durante los diez años que lleva vigente. La información será relevante para entender cómo el operador turístico se ha enfrentado al mercado, que tiene actualmente, cómo ha evolucionado y cómo se visionan en un futuro.

Preguntas:

- **¿Cómo comenzó Bosques de cacao y a partir de qué hecho se genera la idea?**

Bosques de Cacao Yarigués nace como una forma de mostrar las riquezas naturales y la tradición alrededor del cultivo del cacao que tenemos en el municipio del Carmen de Chucurí. Y aprovechar las cercanías que tenemos con nuestro Parque Nacional Natural, una forma de apostarle también a la integración generacional y mostrar al mundo que aquí estamos llenos de muchas cosas y que el turismo se convierta en un medio adicional a la dinámica económica que necesita diversificarse más en esta región.

- **¿Qué avances ha logrado durante los últimos 10 años Bosques de Cacao?**

Bueno, Bosques de Cacao Yariguies, empezamos hace 10 años y en estos 10 años si bien no hemos logrado el equilibrio financiero que necesitamos para ir en una dinámica para convertir el turismo en nuestra finca en una actividad que genere una rentabilidad económica significativa

hemos logrado validar que la idea funcione, hemos logrado atraer gente, hemos logrado hacer ventas de turismo a gente de Estados Unidos, de Europa, estamos 100% seguros que podemos convertir esta idea que socialmente ya empieza a tener éxito, en una idea que también económicamente sea exitosa nos falta por supuesto ajustar muchas cositas desde lo comercial en el tema del servicio y de cómo ofrecer el servicio el servicio acá en la finca pienso que hemos avanzado muchísimo la aceptación de la comunidad también pienso que hemos logrado avanzar en eso de una manera significativa sin embargo nos falta algo en la parte comercial, nos falta tener más visitas y nos faltan detalles para convertir de esta actividad una actividad económicamente rentable.

• **¿Que ha cambiado durante estos últimos 10 años en Bosques de cacao aún permanece la idea con la que se fundamentó su creación?**

En estos 10 años, la idea inicial del proyecto Erald es lograr un cambio en la mentalidad de las personas de la región, a que se abran un poco más, a que se valore el campo, a que se valore el entorno y la biodiversidad en la que vivimos. Yo creo que hoy en día se mantiene, se mantiene ese objetivo, se mantiene esa meta y el turismo, vemos en el turismo una herramienta para conseguir esas cosas. Hemos avanzado, hemos avanzado de nuevo, nos falta mucho, pero si me pidieran evaluar con respecto a un 100 % de la idea original en cuanto nos mantenemos hoy, completamente seguro que por encima del 90 % y sería absurdo de mantenernos en el mismo 100% porque sería no haber ganado aprendizaje.

• **¿Cuál ha sido su posición con los diferentes cambios ambientales, sociales y económicos que se han presentado después de la pandemia?**

Con respecto a la pandemia, por supuesto, la pandemia nos ha cambiado, nos ha cambiado a muchos. Si bien la pandemia creo que no logró cambiar a la mayoría de la humanidad, sí logró impactar a muchas personas y yo me considero una de esas personas impactadas, creo que positivamente con la pandemia. Hemos comenzado a implementar con mayor fuerza prácticas de agricultura, agricultura agroecológica, hemos aumentado las prácticas dirigidas al ecoturismo y hemos, por decirlo de alguna manera, agrandado nuestra conciencia ambiental y social, por supuesto, entendiendo que la pandemia nos ha ayudado a entender el valor de cooperar con los seres humanos.

- **¿Qué lo motiva como gerente a seguir con su proyecto?**

Cuando iniciamos esto hace 10 años y de pronto un poco más porque la idea empezó como unos dos años antes, es un proyecto que va más allá de un beneficio económico, es algo que tiene que generar un bienestar social y ambiental, pero sobre todo es un propósito de vida entonces pues cuando tienes un propósito de vida, pues lo intentas y lo intentas y lo intentas hasta que se pueda hasta que funcione, económicamente aún no tenemos los resultados que queremos y que necesitamos socialmente y ambientalmente tenemos resultados y ese digamos que es un aliciente lo suficientemente grande como para continuar.

- **¿Qué experiencia o persona que los visito siento que lo hizo generar otro concepto o reafirmar su idea con Bosques de Cacao?**

Personas que considere que nos han o que me han impactado en lo personal a lo largo de estos años en el proyecto al inicio tuve la oportunidad de compartir con muchas personas porque pues ahora mismo no puedo compartir con todo lo voluntarios que llegan a la finca pero al inicio

Sí lo hice, entonces una pareja de coreanos que se llamaban Stacey y Journey ellos ayudaron a reafirmar la idea que con el concepto o con la premisa de que este mundo lo cambiamos es los individuos, no es un gobierno mágico, no es un estado mágico, no, somos los individuos los que generamos cambios o no generamos cambios, entonces Stacey y Journey de corea pienso que nos han ayudado mucho en la conceptualización del proyecto, ellos actualmente viven en una Finca en un área rural que está a tres o cuatro horas de Seúl en Corea y están produciendo lúpulo para cerveza, al inicio se producían y ahora están produciendo cerveza con el lúpulo que cultivan, y con ellos también he ganado la visión del tiempo, de que las cosas toman tiempo, pues más una visión coreana, es oriental que las cosas tienen tiempo, creo que el inicio del proyecto muchos desaciertos ha sido por querer ir rápido, por no reconocer que cada proyecto como las plantas, como los animales, y como nosotros tenemos unos tiempos.

Entonces después de dar muchas vueltas por alrededor de seis o siete años entre el 2014 y 2021 años con la pandemia nos dimos cuenta que tenemos que priorizar la producción de la finca por eso los últimos años hemos estado trabajando fuertemente en la finca, pero en ese intermedio hemos hecho transformaciones, hemos hecho muchas cosas que si bien nos ha llenado pues de experiencias pensamos que ahora tenemos que mejorar la producción en la finca luego sí empezar a fortalecer el proceso de transformación y el turismo una actividad paralela a todo esto, que no podemos compensar nuestras debilidades en producción agrícola y nuestras debilidades de transformación con el turismo, hoy en día reconocemos al turismo como una actividad que nos debe dar unos ingresos adicionales a nuestras actividades.

Otras personas como una ingeniera mecánica que trabajó para Ford en Alemania que se llama Dorthe también nos ayudó mucho a conceptualizar, una pareja de franceses también con la misma visión de que el mundo lo cambiamos somos los individuos, Spanda un brasilero japonés

pienso que me hizo consciente de que por más romántico que sea un proyecto necesita disciplina sí y en eso hemos estado tratando de trabajar en nuestro proyecto en los últimos años en disciplina pienso que esos han sido de lo más relevantes gente que nos han visitado de afuera.

Localmente muchos nos han dicho que no, la gran mayoría que no, que no es posible eso, tratamos de no escucharlos tanto, pero pues con el tiempo también nos hemos dado cuenta que igual a todo el mundo hay que oírlo, pero cada quien tiene su propósito y eso es digamos lo que nos hace diferentes.

- **¿Ha pensado o tiene a futuro generar otra línea de producto o actividades en Bosques de cacao?**

Generar otros productos como lo mencioné en la respuesta a la pregunta anterior, sí claro esto, eso va a ser parte del éxito de nuestro proyecto, todo proyecto y más hoy en día con lo dinámico que es el mundo tiene que renovarse constantemente entonces por supuesto la incorporación de nuevos productos es algo que en el mediano y en el largo plazo es trascendental para continuar con nuestra idea de generar desde la finca una dinámica económica interesante, no solo para nosotros que ya no estamos haciendo viejos sino para la gente joven y los que vienen detrás en edad, detrás de nosotros, entonces por supuesto que hay que incorporar productos, pero nuestra experiencia ya hoy en día nos enseña que una cosa a la vez, por ahora estamos concentrados en fortalecer la producción de la finca después de haber reconocido a través de varios años y muchas experiencias que nuestra prioridad inicialmente tiene que ser elevar la producción de la finca bajo nuestros propios criterios, por supuesto que está el tema de conservación, los temas de desarrollo de sabor y aroma en nuestros granos, pero tenemos que aumentar la producción una vez logremos los éxitos o los aciertos que queremos en producción, por supuesto nos fortaleceremos

nuestras temas de transformación que hoy en día lo hacemos de manera paralela sí pero sin agregarle tanto esfuerzo, como tenemos el tema de la miel, tenemos nuestro propio plato en la finca que es chorizos locales reducidos en mucílago de cacao, y estamos, digamos conscientes que nuestro factor de diferenciador es alineado con la riqueza gastronómica que le podemos aportar desde el cacao y desde la biodiversidad a la gastronomía local, no es incorporar platos franceses, platos alemanes, no, incorporar esa curiosidad culinaria pero con los elementos que tenemos en nuestro alrededor.

Entonces yo sueño con que en un futuro podamos producir las mejores barras de chocolate del mundo pero para eso inicialmente tendremos que producir los mejores nibs del mundo, para eso estamos empezando a culturizarnos en el tema de la tostión del cacao, porque si bien actualmente tenemos un producto medianamente bueno unos granos de cacao crudos apropiadamente fermentados, secados y de variedades apropiadas, el siguiente paso tiene que ser la tostión entonces estamos planeando algunas cosas para ir en esa dirección y en un par de años pues tener los mejores platos, las mejores recetas y los mejores productos terminados ¿por qué no? una repostería fina, pero eso tiene que ser proyectado al menos en unos 10 años tener un repertorio y un portafolio tan variado.

- **¿Qué estrategias de marketing ha usado para dar a conocer Bosques de Cacao?**

Bueno en cuanto al marketing creo que nuestro proyecto o visualizo que nuestro éxito y nuestro proyecto lo poco que hemos logrado, ha sido mostrarnos originales y creo que eso va a ser el éxito a futuro mostrarnos originales, por eso al inicio, construimos una página Web en la que invertimos significativamente, eso nos ayudó mucho, pero más que la página robusta pienso que hace 10 años prácticamente no había nadie en el país apuntándole a eso, entonces hoy en día creo

que de pronto que habiendo invertido menos en una página más sencilla y unas redes sociales movidas un poco más, aunque no, con el tema de las redes sociales yo mismo las moví desde el inicio y pienso que eso sirvió para llegar al público objetivo ¿cuál es nuestro público objetivo? amantes de chocolate, con buen poder adquisitivo buen gusto y dispuestos a invertir en cosas buenas y por supuesto también con una sensibilidad y cuidado con el medio ambiente y con una sensibilidad social alta, lo que en Europa y en otras regiones del país se conoce como consumidores responsables, de esos consumidores que leen la etiqueta antes de consumir algo, entonces la estrategia de marketing ha sido mantenernos originales, por eso en nuestras redes sociales son cosas como muy reales, muy cercanas y eso nos ha ayudado a traer algunos perfiles muy interesantes que nos visiten en la finca, de otra forma pienso que no hubieran llegado sino mostrábamos como no sé el perfil de Facebook que tiene un millón de seguidores a dónde llegan 100 personas al mes a la finca o lo que se conoce como popular, creo que hay perfiles interesantes que nos han contactado que no nos hubieran contactado si nos hubieran visto como en ese tema de volumen y nuestro objetivo no es manejar volumen, sino cosas de exclusividad pienso que podemos mejorar en el manejo de nuestras redes sociales y nuestros medios de comunicación podemos, mejorar la forma en que comunicamos tenemos muchísimas cosas que no las comunicamos que deberíamos comunicarlas entonces sí tenemos que mejorar nuestra forma de comunicar, nuestro marketing, pero no bajo esa plataforma común que se ve la foto súper elaborada o que se ve la modelo sin una arruga en la cara algo tan perfecto, como la mayoría de las cosas que piensan las personas cuando se imaginan en publicidad de marketing, que son fotos sin un defecto, sonrisas perfectas, dientes perfectos, pienso que no es ese no es el tipo de marketing que queremos compartir, que por supuesto tenemos que mejorar lo que hacemos, sí, pero sobre todo que estamos perdiendo demostrar más cosas, tenemos mucho más de lo que no mostramos en eso tenemos que

avanzar pero sin entrar en el pecado de mostrar las cosas como no son realmente, así como tratar de mostrar a todo el mundo que todo es perfecto.

- **¿Qué tipo de clientes los han visitado en los últimos años?**

Qué tipo de clientes nos han visitado los últimos años, bueno inicialmente nos visitaban más como antropólogos por supuesto dentro del concepto de backpackers, sí, pero además gente como que quería o quiere volver de la ciudad al campo, gente con mucho amor por la naturaleza dentro de eso enmarca el chocolate, inicialmente puedo marcarlos entre amantes de la naturaleza, pero amantes también de una transformación social, entonces por ese motivo tal vez al inicio llegaban tantos antropólogos, estudiantes de antropología varios hemos tenido y que quería visitar un destino totalmente diferente.

Últimamente nos han empezado a visitar más personas de perfil o relacionados con el tema gastronómico ejemplo chocolateros que tienen sus propias chocolaterías beantobar, hace un par de años nos visitó un productor de té que era de Polonia o Rumania que buscaba explorar sabores que no conocía, también nos han visitado pasteleros, estudiantes de chocolatería, últimamente nos han visitado personas de ese tipo de personas relacionadas de una u otra manera con el tema gastronómico. Sí eso es algo que pienso que es muy interesante y que podemos explotar mucho más, a nivel internacional y a nivel local perfil de investigadores personas que están investigando sobre cacao o biodiversidad y encuentran en la finca personas que les puede comunicar sobre cosas técnicas, pero también sobre cosas de la realidad local.

- **¿Siente que su empresa ha generado un impacto en la comunidad?**

Definitivamente sí hemos generado un impacto en la comunidad y creería que positivo hace 10 años allá nadie se atrevía a hablar de turismo, los dos, tres primeros extranjeros que llegaron allá todo el mundo los miraba como bicho raro, hoy en día ya cuando ven a alguien que es extranjero ya preguntan, incluso me escriben -Oiga hay un par de muchachos aquí van para su finca-, entonces pienso que hemos flexibilizado un poco a las personas a la comunidad a aceptar un poco a ver de una forma un poco diferente al de fuera antes siempre se veía con muchísima desconfianza, ya hoy en día pienso que esos niveles de resistencia a que otra persona de otro territorio llegará han bajado un poco, hoy en día en nuestra comunidad se habla de turismo, se habla de cacao, se habla de naturaleza, el foro que acabamos de realizar este año ya tuvo mucha más receptividad, gracias a nuestro trabajo hoy en día se habla articuladamente con instituciones y con nosotros y con otras personas de la comunidad temas turísticos y con la Cámara de Comercio Barrancabermeja con la Cámara de Comercio de Bucaramanga hemos mantenido viva la interacción de esta comunidad con instituciones y poco a poco creo que se está consolidando el tema turístico en el municipio y también entendiéndose nuestro concepto todo el mundo lo entiende que es asociado al tema de conservación del medio ambiente entonces creo que sí hemos generado un Impacto social y ambiental con nuestra comunidad en estos 10 años.

- **¿Cuáles son los mayores retos que enfrenta Bosques de Cacao en la actualidad?**

La mayoría retos a los que nos enfrentamos en este momento en Bosques de Cacao Yariguies, es el punto de equilibrio financiero si necesitamos rentabilizar, necesitamos que nuestro proyecto sea rentable, por 10 años pienso que socialmente ha sido rentable, ambientalmente también pero ahora necesitamos entrar en la etapa de que tiene que ser económicamente rentable, reconociendo que tenemos las bases muy bien establecidas para esto y repito algo que ya mencioné

tal vez nos hace falta mostrar un poco más lo que hacemos porque creo que hacemos mucho más de lo que mostramos y ahí pues está un desafío de comunicación, el principal desafío es alrededor de eso de que necesitamos generar una dinámica económica positiva alrededor del proyecto y para esto necesitamos consolidar un equipo de trabajo fuerte en la finca y generar de liderazgos en otros miembros del equipo, por ejemplo yo pueda estar fuera de la finca y que las cosas allá sigan funcionando y la filosofía se siga transmitiendo a quienes nos visiten generar un equipo de trabajo y mostrarnos como equipo.

- **¿Cómo visualiza Bosques de Cacao Yariguies en un futuro de 5 años?**

Si logramos consolidar lo que tenemos en este momento, alrededor del aumento de la producción de cacao en la finca, el principal desafío creo que es ese aumentar la producción y mejorar bajo nuestros principios y nuestras líneas de cuidado y protección del medio ambiente, si logramos eso en 5 años pienso que seremos un referente a nivel nacional de turismo sobre temas de investigación en la naturaleza además del cacao, con cuidado protección y recuperación de ecosistemas y también seremos un referente en el tema de turismo comunitario como durante todos estos años hemos articulado nuestras acciones teniendo en cuenta y reconociendo la comunidad, en 5 años podremos estar económicamente creciendo significativamente porque al mercado que nosotros le apuntamos es un mercado de pocas ventas al año, pero hay un gran valor pienso que nuestras exportaciones habrán crecido ya no solamente en materia prima sino en productos de transformación final definitivamente y siendo un referente del cacao en Santander y en el país y por qué no recibiendo visitas de regiones fuera del país también a conocer nuestro modelo.

- **¿En qué proyectos o iniciativas se ha involucrado la empresa hasta ahora?**

Iniciativas como Bosques de Cacao hemos estado más relacionados con el turismo científico, por supuesto relacionado con cacao, en sus inicios hicimos un par de ventas a unas universidades y pienso que actualmente con el relacionamiento institucional que tenemos todo el potencial para seguir creciendo alrededor de esto de turismo científico relacionado con cacao porque ya somos un referente regional y tenemos las capacidades no solamente en nuestro equipo sino también en nuestra comunidad alrededor nos hemos preocupado por sembrar capacidades, es decir, llega una investigación y necesita recolectores de muestras, allá los encuentra, gente con experiencia y gente que ya habla de temas con naturalidad como problemáticas de CADMIO, enfermedades pero también le habla de perfiles sensoriales tenemos sentadas las bases para continuar desarrollando el tema del turismo alrededor del cacao y hemos hecho algunas cositas en temas de biodiversidad y creo que eso es algo que ya tenemos ahí listo como para rodar.

6.1.3 Herramientas para realizar el diagnóstico (DAFO y PEST)

DAFO

La aplicación de la herramienta DAFO permite generar un diagnóstico que visualice la situación actual del operador Bosques de Cacao Yariguies, de manera interna y externa.

Tabla 2

DAFO

Factores internos de la empresa	Factores externos a la empresa
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de señalización en el sendero del cacao. • Ausencia de una visión común sobre el operador por parte de los socios. • Falencias en un segundo idioma como lo es el inglés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia del mercado e informalidad. • Cambios climáticos que afectan las principales vías de acceso. • Distancia del municipio a una ciudad principal. • Baja disponibilidad de mano de

<ul style="list-style-type: none"> • Desactualización sobre las redes sociales y página web. • No existe un itinerario que facilite la información a los interesados de manera interactiva. 	<p>obra calificada en la región</p>
<p>Fortalezas</p>	<p>Oportunidades</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento integral de la cadena de valor del cacao, desde la siembra de la planta hasta la elaboración de chocolates. • Diversidad de actividades agroturísticas como alimentación de animales, apicultura, observación de la biodiversidad, agricultura ecológica, plantación de árboles nativos y ruta sobre el cacao. • Una visión integral del negocio cacaotero, desde la producción, hasta los servicios de turismo y consultoría. • La historia en bosques de cacao Yariguies con la tradición cacaotera en la familia por más de sesenta años. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Carmen de Chucuri es el municipio con mayor porcentaje del Parque Nacional Natural Serranía de los Yariguies. • Según la revista Semana Santander fue el departamento que tuvo mayor producción de cacao con un 40% en el 2023.

Nota. Elaboración Propia.

PESTEL

Para el diagnóstico del operador Bosques de Cacao Yariguies se determinó relevante aplicar la matriz PESTEL, porque permite comprender el entorno de cómo funciona y recopilar información valiosa sobre factores externos que pueden generar diferentes niveles del desempeño, además permite realizar una comparación con la competencia, actualizar al operador en los diferentes avances que existen hoy en día con la tecnología y fomentar prácticas sostenibles que generen un impacto positivo en la zona donde se encuentra dicho operador.

Tabla 3
PESTEL

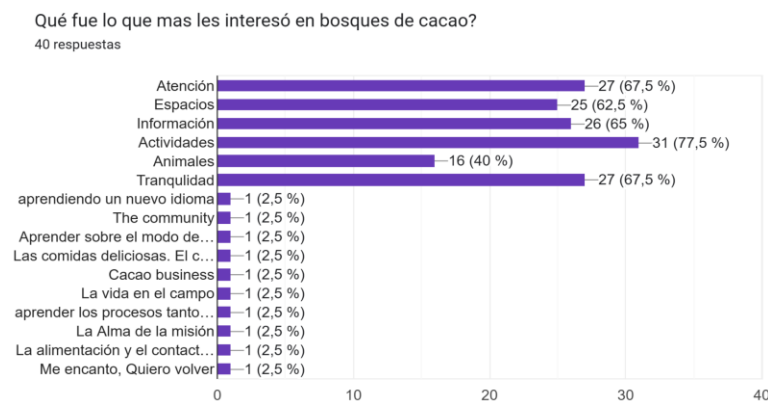
Político	Económico	Sociocultural
<p>El plan nacional de desarrollo 2022-2026, establece a los campesinos como factor del cambio además busca consolidar a Colombia como un destino donde se desarrolle sostenible y responsablemente un turismo que sea incluyente con las poblaciones.</p> <p>El cambio de los dirigentes locales lo cual conlleva realizar nuevo trabajo de concientización y valor relacionado al turismo.</p>	<p>Impuestos que se deben pagar por los predios.</p> <p>La región tiene ventajas competitivas por el reconocimiento de la calidad y cantidad de cacao producido en el país lo cual fortalece el interés de los turistas.</p>	<p>Retos con la comunidad debido a las secuelas que ha generado la guerra en años anteriores.</p> <p>Crecimiento del interés de los turistas sobre la consciencia social y el turismo responsable y el apoyo a las comunidades rurales.</p>
Tecnológico	Ecológicos	Legales
<p>Uso de las redes sociales, lo cual facilita mostrar la experiencia al mundo.</p> <p>Aplicaciones como WorldPackers que permite conectar el proyecto con personas sensibles por el medio ambiente y curiosas por el origen del chocolate.</p>	<p>Declaración de Reserva Natural de la Sociedad Civil el totumillo por parte de los operadores dentro de los predios donde se realiza el recorrido.</p> <p>Prácticas responsables en los cultivos con el uso de abonos orgánicos producidos en la finca.</p> <p>Objetivos de desarrollo sostenible.</p>	<p>Normatividad de turismo sostenible lo cual fomenta que se integre y respete el entorno, además beneficia los establecimientos con apoyos institucionales.</p> <p>La contratación de personal se debe ajustar a las leyes colombianas lo cual implica prestaciones sociales, lo cual implica mayores gastos para el operador.</p>

Nota. Elaboración Propia.

6.2 Identificar las potencialidades en relación a la demanda y oferta actual de Bosques de Cacao.

Se elaboró el siguiente formato de encuestas para determinar la percepción de la oferta y demanda durante los últimos 10 años en Bosques de Cacao lo cual permitió identificar factores claves para mejorar el operador, también ofrece información sobre qué estrategias se pueden aplicar para mejorar la experiencia y satisfacer según las diferentes tendencias del mercado actual. El tamaño de muestra que se tomo fue de 40 personas y por lo cual se determina como sondeo.

Figura 14
Encuesta: Interés de Conocer



Según los resultado que arroja esta primera pregunta permite identificar que el 77,5% les interesa la tranquilidad y el contacto que pueden generar en Bosques de Cacao Yariguies con la naturaleza, mientras que el 67,5% resaltó que la atención fue lo que hizo del lugar un entorno auténtico y familiar, el 65% escogieron aprender sobre los procesos de cacao ya que fue su principal motivación de visita al lugar otras opciones que se eligieron y no estaban dentro de las opciones permite visibilizar que la comida fue un gran punto a favor como compartir con las comunidades y aprender de la vida en el campo.

Figura 15
Encuesta: Rango de Edad



Se observa que la mayoría de personas que tienen interés en visitar lugares rurales son personas jóvenes entre los 20 y 30 años con un porcentaje de 48.1% seguidamente están los adultos de 30 a 40 años con un 25.9%.

Figura 16
Encuesta: A qué se Dedic

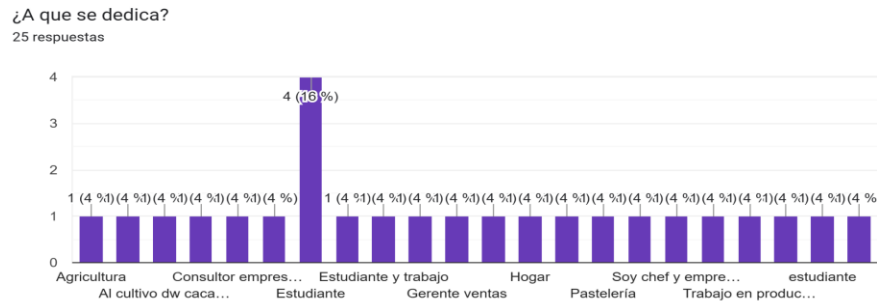
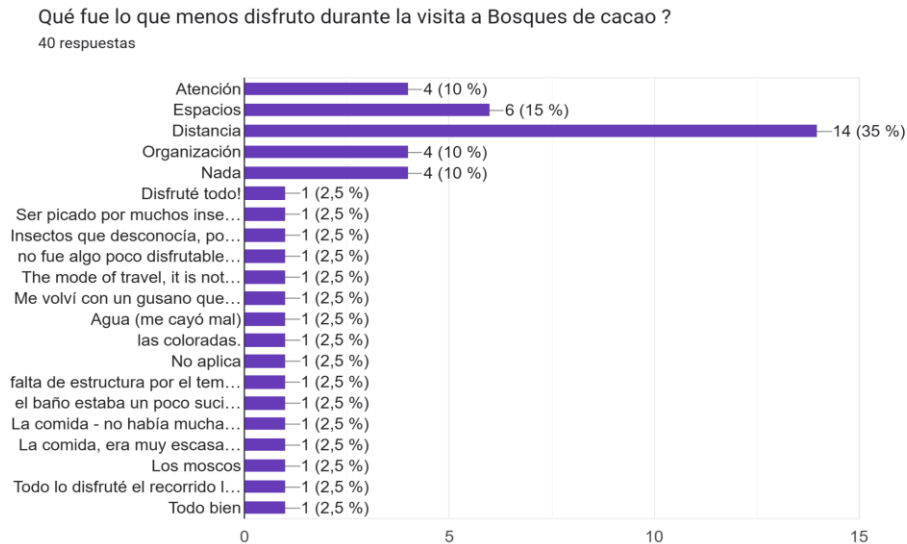


Figura 17
Encuesta: Lo que menos disfruto



Dentro de los aspectos que menos se disfrutaron se puede analizar que es la distancia ya que el 35% mencionó la dificultad relacionada con la ubicación, otros de los aspectos negativos que se pudieron encontrar los insectos, el agua, la limpieza, la escasez de verduras en los platos y la desorganización de las instalaciones.

Según la gráfica se puede analizar que los visitantes provinieron de diferentes partes del mundo principalmente de nivel internacional. La diversidad geográfica afirma el interés y resalta la calidad del cacao en nuestra región por lo cual se deben implementar prácticas para mejorar el producto y los servicios a los clientes que nos visitan de otras partes del mundo.

Figura 18
Encuesta: De qué Lugar nos Visitó?

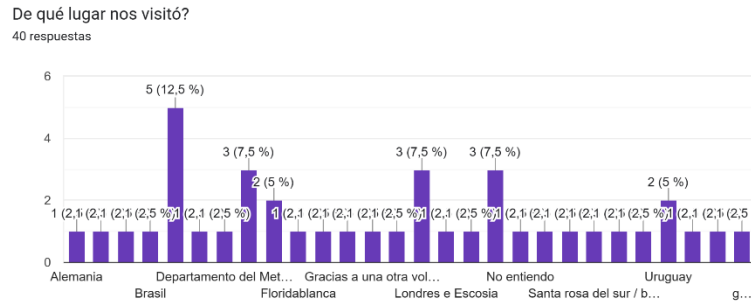
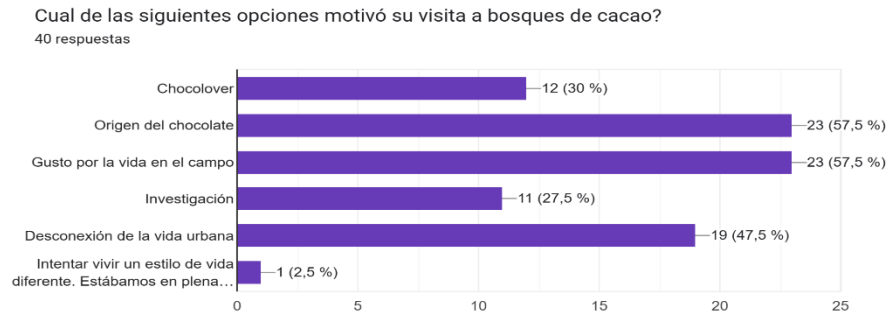


Figura 19
Encuesta: Motivo de Viaje



Las principales motivaciones de los turistas que visitaron Bosques de Cacao Yariguies incluyeron 57.5% sobre el origen del cacao y la vida en el campo otro 47.5% la desconexión con la vida urbana lo cual implica que les interesó el espacio relajante y educativo que ofrece la finca otra parte fue motivada por su interés hacia el chocolate y la investigación de los diferentes procesos de producir un buen grano y del sistema ecosistémico que se debe generar para que las plantas estén en buen estado.

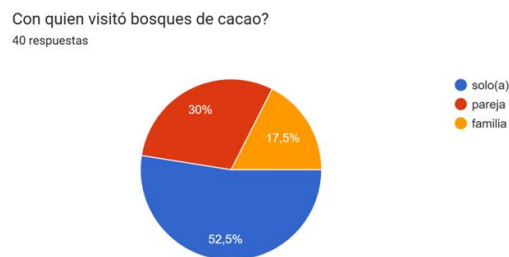
Figura 20
Encuesta: Propuestas para Mejorar

A mí me encantó la experiencia! Nos dieron la oportunidad de aprender sobre todo lo que nos interesaba
Amé toda mi experiencia en Carmen de Chucurí con la familia que tocó, me hubiese gustado que la habitación donde me hospedé hubiese estado más organizada y limpia, pero fuera de ahí todo estuve espectacular.
Que pregunta difícil! Cómo chocolatera ame todos los aspectos de la vida en la finca. Tendré que volver para saber cómo están las cosas y responder mejor ☺
Me gustaría que las personas que trabajan en la finca estén un poquito más enfocados hacia el turismo, como que a uno lo reciban y le enseñen mejor ya que uno no conoce de muchas cosas, eso mejoraría mucho más ya que hubieron cosas que yo las asumí y luego las terminé haciendo mal
Tal vez más voluntarios al mismo tiempo y sería interesante poder conocer otros productores de la asociación
Apprender a cantar en español. Haha
Que al llegar estén más claras las instrucciones/tareas/información sobre lo que van a hacer los voluntarios durante su estancia.
frabricar mas chocolates
Ame mi experiencia alli
Realmente no tengo nada que decir. Fue una experiencia increíble y aunque es difícil volver al pueblo, eso te permite desconectarte de todo por un rato.
Todo estaba muy bien !
We would like to stay longer so we can enjoy the farm more and learn more about the Cacao business.
Senderos para actividades focalizadas, como la de ir a la quebrada para sea más sencillo para las personas poder trasladarse.
a mi me gustaría hacer más actividades relacionadas al cacao y chocolate
no hay cosas para mejorar :)
M Frutas y verduras para comer
animo a que los voluntarios visiten el colegio al menos una vez porque es bastante peculiar la manera de educación rural, mueve a gran parte de la comunidad y te pone bastante en contexto del sitio, además te saca un poco de la finca si pasas una larga estancia. Espero ayudar con mi granito de arena!
Creo que la experiencia debe seguir reflejando a la gente, la cultura y el lugar.
Ee perfecto

Tal vez, podrían estar más definidas las tareas y los horarios de los voluntariados, para saber con que tiempo se cuenta para recorrer los alrededores; y lo que mencionaba más arriba, respecto a más indicaciones para llegar a esos lugares que generalmente están algo escondidos y con poca señalización. Fuera de eso creo que igual puede ser una experiencia muy bella, de mucho aprendizaje.
Organizar mejor las tareas de cada voluntario, y organización a nivel alimento.
Que se conozca más a nivel nacional e internacional
Todo estuvo genial.
Discursos más puntuales, más estaciones definidas, hacer Catación de cacao y chocolate
En el tema turístico algunas cabañas más extenso el corredor biológico
Información sobre calzado y vestuario adecuado
Información, puede ser forma de cartelera
Vivir una experiencia de degustaciones de tipos de cacao
Que sea más práctico la actividad de como recolectar y cosechar el cacao
Afianzar las actividades o los sitios cercanos a visitar. Para que haya más variedad que hacer
Que las personas puedan vivir un día como cultivadores, es decir, que la persona pueda recolectar, desgranar y poner a fermentar el cacao

Dentro de las recomendaciones más mencionadas se destacan una mejor organización de las instalaciones, señalización de las zonas dichas críticas permiten que Bosques de Cacao Yariguies mejore su estructura y genere una experiencia completa y gratificante para los turistas.

Figura 21
Encuesta: Con quien visitó



Respecto con los siguientes comentarios sobre que le gustaría encontrar de nuevo o diferente, contestaron las siguientes respuestas:

Figura 22

Encuesta: Le gustaría encontrar algo nuevo y diferente

Si regresara a Bosques de cacao que le gustaría encontrar de nuevo o diferente?

40 respuestas

- Más personas disfrutando de la oportunidad y aprendiendo todo sobre la cultura.
- Quizá una forma más eficiente de conectar con la ciudad en términos de transporte
- mas caminos para ir en los momentos de descanso ir al rio
- To explore more on the places and talk about our life 😊
- la misma naturaleza, caminatas, cataratas, etc
- Nada, me encantó la experiencia auténtica colombiana!
- Me gustaría ver muchas cabañas para huéspedes y más cultivos de cacao y verduras
- Me gustaría encontrar a los fósiles un poco más organizados, Depronto en una sala especial para ellos, también me gustaría que este un poco más enfocado en cuestión a pasar del grano al chocolate
- Me gustó el hecho de haber podido vivir en una familia y haber aprendido y experimentado mucho sobre el cacao.
- Otros Voluntarios, la comida quatros vecespor Dia, el encuentro con la familia, el festival del aguacate, visitar de nuevo la casa de los abuelos, caminar en la selva, cocinar cacao,.... Haha
- Me gustaría encontrarme con las mismas personas :)
- me encantaria encontrar la misma amabilidad y carigno, me encantaria poder ayudar a que el sistema de preparacion de chocolate fuera un poco mas constante
- Creo q todo fue bien
- Me gustaría encontrar de nuevo a toda la familia junta para compartir buenos momentos.
- Trabajo con los animales, compartir con la familia, hablar con la gente que trabaja ahi
- I would like to visit more Cacao Farms and get to know more Cacao farmers. I would like to do another chocolate tasting to introduce the public to high-quality chocolate that is made with their high-quality cacao beans. I would like to learn about new and innovative ingredients that are available in your community and learn about ways to build relationships with the people of El Carmen.
- Me gustaría encontrar productos propios de la finca para que los visitantes se puedan llevar a sus lugares de origen.
- No entiendo
- me encantó quedarme en la cabana
- Adecuación de la carretera y mayor cobertura de internet
- Me gustaría poder ver la fauna local. Que hayan recorridos acerca de eso

así como estaba! <3
A todos que viven alla incl. Miguel y sus amigos
me encantaría que hayan prosperado en sus proyectos!
Sólo que la visión y el éxito han crecido.
No es perfecto
Tal vez más información o indicaciones para llegar a lugares cercanos
Mejor organizacion, quizá tareas más establecidas, y formas de movilizarse a otros lugares.
Compartir con bastantes personash
Lo mismo que encontré. Una familia maravillosa y un proyecto sobre Cacao que nos enamoró.
Cata de Cacao fresco, grano seco, barras de chocolate
Todo está muy bien sobre el tema de mejorar la finca no tengo que recomendar pues me parece que todo esta bien
Estaciones en los senderos
La gran variedad de servicios ecosistémicos
Un mapa del terreno con información y la información del proceso del cacao en una cartelera visible
Encontrar postres elaborados con cacao producidas por la finca

En las sugerencias que se plantearon para mejorar los servicios en el futuro en Bosques de Cacao Yariguies se encuentra la infraestructura, más derivados del cacao y nuevas propuestas de recorridos y actividades diferentes.

La conclusión de dicho análisis se puede decir que Bosques de Cacao Yariguies es valorado por los visitantes como un lugar auténtico, tranquilo, educativo y social, pero requiere mejoras importantes en su infraestructura, organización de espacios y diversificación de las actividades. Dichas encuestas permiten generar una guía para fortalecer la oferta turística y tener una visión del operador Bosques de Cacao Yariguies para saber cuáles son los detalles que lo diferencian de otros destinos turísticos, además el enfoque que se tiene relacionado con la sostenibilidad y sus tres ejes de economía, ambiente y sociocultural hace que la oportunidad de desconectar con la vida urbana sea completa ya que se puede participar en actividades que producen y transforman, además generan una gran economía para la población.

Se puede observar que los visitantes tienen el perfil de personas conscientes y comprometidos, interesados en el aprendizaje además el deseo de comprender los procesos del cacao, desde su historia hasta su transformación con esto se puede decir que el mercado objetivo son personas que desean experiencias significativas, educativas y personalizadas. En el perfil demográfico, se puede analizar la presencia de colombianos y extranjeros, con edades que van desde los 20 hasta los 50 años, y con intereses diversos como la educación, ecoturismo, este público se compone principalmente por familias y parejas.

6.3 Elaborar una propuesta de marketing digital para posicionar Bosques de Cacao en el mercado nacional e internacional.

6.3.1 Matriz Estratégica de Marketing Digital para Bosques de Cacao

Tabla 4

Matriz Estratégica. Marketing Digital

Estrategia	Descripción	Beneficio	Evidencias
Identificación del nicho de mercado	Después del suceso de la pandemia el crecimiento ha sido realmente importante para la economía, además ha permitido que el turismo de naturaleza haya tomado fuerza ya que las personas solo buscan ese contacto, descansar de la contaminación acústica y convivir con comunidades para lograr un equilibrio. Según la página del ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia, presenta cifras positivas sobre la llegada de turistas afirma que 2,5 millones de viajeros visitaron Colombia entre enero y mayo de este año, esto afirma que Colombia es un	Implementar estrategias de marketing sostenible y enfocarse en el nicho de mercado que es consciente de los objetivos de desarrollo sostenible, que buscan vivir experiencias que los llene y que complementen a las comunidades,	Encuestas realizadas hacia los visitantes de Bosques de Cacao. Se determinó que el rango de edad es jóvenes desde 20 años hasta 40 años. Su principal motivación son los espacios tranquilos, conectar con la naturaleza y desconexión de la vida urbana.

destino líder en Latinoamérica como país de la belleza. Involucrar la sostenibilidad en procesos como el marketing es indispensable para ofrecer servicios y experiencias de calidad.

<p>Página web</p>	<p>En la página web se realizaron algunas actualizaciones como: ubicación precisa, galería, misión, visión, información turística sobre lo que la finca tiene para ofrecer al turista, la importancia de la comunidad dentro del proyecto.</p>	<p>Permite que el operador sea encontrado por personas de todo el mundo, ampliando el alcance de clientes.</p> <p>Los clientes pueden acceder a la información sobre los servicios y realizar reservas en cualquier momento.</p>	<p>Link: https://www.bosquesdecacaoyariguies.com.co/</p>
<p>Publicidad en flyers</p>	<p>Se realizaron dos flyers el primero se realizó con fin de ubicar en el stand de chocolaterías ubicadas en Bogotá, Cartagena Bucaramanga, Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí en las cuales frecuentan clientes que valoran el buen chocolate.</p> <p>El segundo flyer facilita información sobre la ubicación de la finca, imágenes sobre los diferentes espacios que se encuentran en la finca, el contacto de WhatsApp e Instagram y un QR que dirige a la página web a las personas.</p> <p>Los PDFS contienen información que detallan la experiencia turística elaborada alrededor del cacao, en los cuales se incluyen los recorridos guiados, procesos</p>	<p>Proporciona información clara y detallada del itinerario.</p> <p>Se destaca lo única que es la experiencia con las prácticas agroecológicas y el contacto que se tiene con la comunidad.</p> <p>Los turistas que visitan el proyecto son personas conscientes de los impactos que se generan en la comunidad y cómo se transforma la experiencia en algo memorable.</p> <p>Sirven para realizar promociones como</p>	 <p>PDF interactivo donde se explica lo que incluye el</p>

prácticos relacionados a la transformación del chocolate, degustaciones. El itinerario es claro con recomendaciones a los turistas, los objetivos educativos que se cumplen a partir de los recorridos y su gran énfasis en la sostenibilidad.

guías interactivas en ferias como ChocoShow, plataformas digitales, y compartir con otros operadores de turismo.

paquete.

PDF interactivo donde se da un paso a paso de la guía durante los 3 días.

Video interactivo que explica en un minuto la experiencia en Bosques de cacao Yariguies.

Talleres y actividades a través del turismo educativo y responsable

Actividades de conservación: Se han implementado acciones como pertenecer a la Reserva Natural de la Sociedad Civil para proteger las fuentes hídricas, la flora y fauna alrededor de los cultivos de cacao para no afectar el ecosistema con los cultivos.

Gobernanza en el territorio: Se han generado charlas con la comunidad sobre la importancia de cuidar y proteger la flora y fauna alrededor del cultivo de cacao además de la vinculación con el turismo.

Validación turística en el Carmen de Chucuri por parte de la cámara de comercio de Barrancabermeja: a finales del mes de octubre se realizó la visita de un grupo de la cámara de comercio los cuales vivieron la experiencia un día del cacao que incluyó un recorrido por los cultivos, la zona de fermentación y secado, hidratación y alimentación participaron 17 personas.

Estas actividades permiten generar gobernanza del territorio y un vínculo con las Instituciones para que tengan una relación directa con los productores.

Estas actividades generan diferentes impactos sociales, culturales y económicos, a partir de esto se construye un modelo sostenible que fortalece la comunidad y les brinda oportunidades de crecimiento.



Foro del cacao: se realizó en el mes de octubre 25 y 26, el evento se enmarco en la socialización de diferentes proyectos que

benefician a los cacaocultores, además de información técnica sobre los cultivos también se generaron espacios para la participación de las mujeres y emprendedores.



Alianzas estratégicas con ONGs y organizaciones de turismo sostenible

Alianza con las Asociaciones de turismo ASOTURISCAR, que pertenece al municipio de El Carmen de Chucurí y es la asociación que busca promover y generar turismo en el municipio.

ASOCAPAYARI Asociación de Campesinos Vecinos del Parque Natural Nacional Serranía de los Yariguies

Red Nacional de turismo comunitario: Dentro del mapa de municipios que pertenecen a esta Red se encuentra el municipio de El Carmen de Chucurí donde se destacan las tradiciones y las nuevas prácticas como las exportaciones.

Esariri alianza la cual permitió realizar ventas de recorridos virtuales

Dichas alianzas permiten aprovechar los recursos y conocimientos para consolidar un turismo responsable y competitivo.

Colaborar con ONGs refuerza la imagen y el compromiso social y ambiental del operador Bosques de cacao Yariguies.

6.3.1.1 Identificación del nicho de mercado

Después del suceso de la pandemia el crecimiento turismo ha sido realmente importante para la economía, además ha permitido que el turismo de naturaleza haya tomado fuerza ya que

las personas solo buscan ese contacto, descansar de la contaminación acústica y convivir con comunidades para lograr un equilibrio.

Según la página del ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia, presenta cifras positivas sobre la llegada de turistas afirma que 2,5 millones de viajeros visitaron Colombia entre enero y mayo de este año, esto afirma que Colombia es un destino líder en Latinoamérica como país de la belleza. Involucrar la sostenibilidad en procesos como el marketing es indispensable para ofrecer servicios y experiencias de calidad.

6.3.1.2 Actualización Página web

Una página web sirve como herramienta fundamental para potenciar los canales de comunicación. Sirve para atraer visitantes y guiarlos a través de la información que ofrece, como saber sobre los servicios o actividades que se ofrecen, de que trata la empresa, donde se encuentran ubicados, como es su historia y una galería para así el turista se sienta inmerso en información sobre Bosques de Cacao.

En la actualización se colocó la misión y la visión, una galería donde se pueden ver el trabajo que se ha realizado, el equipo de trabajo, fotografía de la naturaleza y por último los servicios que ofrece la operadora Bosques de Cacao.

Figura 23
Visión y Misión



Nuestra Misión y Visión

Misión

En la agencia de viajes operadora turística Bosques de cacao tours conectamos amantes del chocolate (chocolatelovers) se conecten con las plantaciones de cacao en Colombia donde los principales actores son nuestros cacacocultores dedicados a cultivar cacao con las mejores prácticas regenerativas para mostrar los diferentes procesos que conlleva a producir un cacao de alta calidad para la elaboración de chocolates gourmet.

Visión

Para el año 2027 seremos una agencia con un amplio catálogo de servicios y reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de nuestros productos y espacios además con experiencias únicas, y nuestro gran aporte a la conservación de la cultura cacaotera y del medio ambiente fomentando prácticas de agricultura regenerativa, fortaleciendo a nuestros productores de cacao aliados bajo prácticas de desarrollo sostenible.

Figura 24
Galería

Galería

En este apartado podrás observar nuestro trabajo en el campo, nuestra finca y el diario vivir de las personas que aportan en la finca. Mostrando también la fauna y flora de Bosques de Cacao.

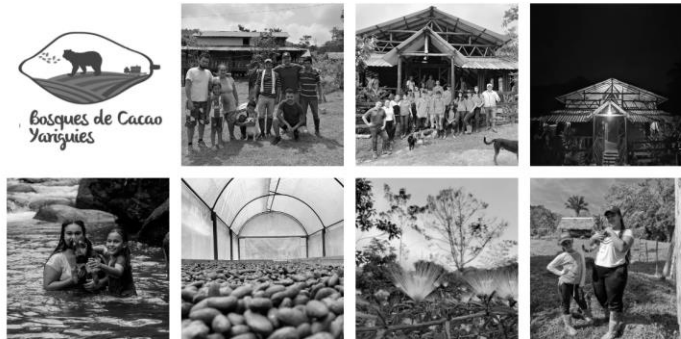


Figura 25
Servicios turísticos

Servicios turísticos

Somos una operadora turística que contribuye a la conservación del medio ambiente implementando prácticas agroecológicas y turismo comunitario que fomenta la participación de la comunidad, somos un referente en turismo sostenible en la nuestra región y prestamos los siguientes servicios.

Voluntariados | Ayúdanos a capturar la dulce magia del cacao!

Actividades de fotografía y video para nuestras redes sociales, donde podamos mostrar al mundo nuestra pasión por el cultivo de cacao, dirigido a chocolalovers, escuelas de chocolatería e investigadores en cacao. Así como transmitir nuestro interés de invitar a las que personas que viven en las ciudades, que nos visiten para que conozcan y vivan la realidad del campesino Colombiano, además de exponer nuestras maravillosas riquezas naturales.

[Learn more](#)



Paquete turístico

Este paquete te permitirá vivir la experiencia del cacao, en la cual aprenderás sobre su historia, origen, producción, cosecha, poscosecha y una transformación artesanal.

[Learn more](#)



Proyectos turísticos

Si eres estudiante o docente y necesitas algún espacio para estudiar y conocer el cacao o cualquier tema relacionado con la naturaleza, nosotros podemos ayudarte.

[Learn more](#)

Figura 26
QR Página Web

BOSQUES DE
CACAO
YARIGUIES



Ven y sé parte de nuestra increíble aventura del cacao. ¿Te unes?

6.3.1.3 Flyers de información

En alianzas con chocolaterías de Bogotá, Bucaramanga, Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí se dispondrá de un espacio para ubicar un flyer informativo e interactivo que facilite

la vida a las personas interesadas en conocer de donde salen los granos para elaborar los diferentes postre, chocolates o tazas que consumen en dicho establecimiento,

En el flyer se puede observar en la primera parte imágenes sobre las diferentes experiencias que se ofrecen en Bosques de Cacao Yariguies, seguidamente un código Qr que dirige a la página web donde las personas podrán encontrar toda la información sobre el operador, como contacto, experiencias de otras personas, aliados, paquete que se ofrece con lo que incluye, ubicación del operador, historia, información sobre cacao y una amplia galería de la experiencia. En el centro debajo del nombre se usó una frase la cual genere curiosidad y rete al futuro cliente sobre la aventura en el cacao, del lado derecho un mapa que explica la distancia desde la ciudad principal hasta El Carmen de Chucurí, en la parte izquierda se encuentra el nombre de la vereda, municipio y departamento donde se realiza la experiencia, en el inferior de lado derecho el Instagram del operador, en el centro el logo de la empresa y a la izquierda el teléfono de contacto.

Figura 27
Flayer Informativo



6.3.1.4 Talleres y Actividades a través del Turismo Educativo y Responsable

Actividades de conservación:

Se han implementado acciones como pertenecer a la Reserva Natural de la Sociedad Civil para proteger las fuentes hídricas, la flora y fauna alrededor de los cultivos de cacao para no afectar el ecosistema con los cultivos.

Gobernanza en el territorio: Se han generado charlas con la comunidad sobre la importancia de cuidar y proteger la flora y fauna alrededor del cultivo de cacao además de la vinculación con el turismo.

Validación turística en el Carmen de Chucuri por parte de la cámara de comercio de Barrancabermeja: a finales del mes de octubre se realizó la visita de un grupo de la cámara de comercio los cuales vivieron la experiencia un día del cacao que incluyó un recorrido por los cultivos, la zona de fermentación y secado, hidratación y alimentación participaron 17 personas.

Foro del cacao: se realizó en el mes de octubre 25 y 26, el evento se enmarco en la socialización de diferentes proyectos que benefician a los cacaocultores, además de información técnica sobre los cultivos también se generaron espacios para la participación de las mujeres y emprendedores.

Estas actividades generan diferentes impactos sociales, culturales y económicos, a partir de esto se construye un modelo sostenible que fortalece la comunidad y les brinda oportunidades de crecimiento.

Alianzas estratégicas con ONGs y organizaciones de turismo sostenible:

Alianza con las Asociaciones de turismo ASOTURISCAR, que pertenece al municipio de El Carmen de Chucuri y es la asociación que busca promover y generar turismo en el municipio.

ASOCAPAYARI Asociación de Campesinos Vecinos del Parque Natural Nacional Serranía de los Yariguies.

Red Nacional de turismo comunitario: Dentro del mapa de municipios que pertenecen a esta Red se encuentra el municipio de El Carmen de Chucurí donde se destacan las tradiciones y las nuevas prácticas como las exportaciones.

Esariri alianza la cual permitió realizar ventas de recorridos virtuales

Dichas alianzas permiten aprovechar los recursos y conocimientos para consolidar un turismo responsable y competitivo. Colaborar con ONGs refuerza la imagen y el compromiso social y ambiental del operador Bosques de cacao Yariguies.

6.4 Diseñar un producto turístico integrando los fundamentos del desarrollo sostenible.

Ver ANEXO 1. Itinerario

Itinerario 3 días

Día 1: Bienvenida y Primeras Actividades

3:00 pm - Recepción en el Parque Principal de Carmen de Chucurí

- **Bienvenida:** Recibimos a los turistas con una cálida sonrisa en el Parque Principal. Posteriormente, iniciaremos el traslado hacia la finca Bosques de Cacao Yariguíes, ubicada en la vereda Honduras Bajo. Tengan en cuenta que el trayecto dura aproximadamente dos horas. por una trocha angosta y en mal estado, lo que forma parte de la experiencia de aventura rural en nuestra región.

6:00 pm - Llegada a Bosques de Cacao Yariguíes

- **Introducción:** Al llegar a la finca, ofreceremos información sobre las instalaciones, horarios de actividades, normas de la finca, y su historia. También se explicarán las rutas de escape, generalidades sobre la experiencia y medidas de seguridad en caso de emergencia.

6:30 pm - Instalación y Acomodación

- **Acomodación:** Los acompañaremos a la cabaña, ayudándolos con el equipaje y proporcionando detalles sobre las comodidades disponibles.

- **Bebida de Bienvenida:** Disfruten de una bebida refrescante elaborada con ingredientes locales, como limonada de panela, naranjada, tinto, chocolate o aromática.

7:00 pm – Cena

- **Cena Regional:** Se servirá una cena con platos típicos de la región, para que comiencen a disfrutar de la gastronomía local.

Día 2: Inmersión en el Mundo del Cacao

7:30 am - Desayuno

- Desayuno Típico: Empezamos el día con un desayuno típico de la región, como caldo de huevo o huevos fritos, en un ambiente familiar y acogedor.

8:00 am - Visita Guiada al Cacaotal

- Inmersión en el Cultivo de Cacao: Equipados con botas, recorreremos el cacaotal mientras el guía explica el origen del cacao en Mesoamérica, su importancia cultural y su introducción en Europa. Los turistas podrán abrir una mazorca y probar el grano, aprendiendo a identificar los sabores y las características de diferentes variedades de cacao.

9:00 am - Proceso de Siembra y Mantenimiento

- Siembra y Cuidado: Explicaremos el proceso de siembra del cacao, los tiempos de germinación y crecimiento, y las técnicas de poda necesarias para mantener la salud de los árboles. También hablaremos de las enfermedades y plagas comunes y cómo se manejan.

10:00 am - Prácticas de Recolección

- Recolección y Selección Manual: Se demostrará cómo se realiza la recolección manual del cacao, enfatizando la importancia de seleccionar solo las mazorcas maduras para asegurar la calidad del producto final, señalando aspectos técnicos que luego tendrían implicaciones en el sabor del grano de cacao y se expresan en el chocolate (cuando este es producido por un chocolatero Bean to Bar).

10:30 am - Refrigerio

- Frutas de la Región: un refrigerio que incluye frutas locales como bananos, naranjas, nísperos, papayas y mandarinas, se acomodan tipo buffet en medio del cacao para que los turistas se deleiten con sus frutas favoritas además habrá bebidas refrescantes.

11:00 am - Post-Recolección

- Descapotado o desgranado del fruto (mazorca) de cacao: Mostraremos, explicaremos y probaremos, los granos de cacao fresco, de diferentes variedades, explicado sobre las características del mucílago (baba) y sus múltiples usos, así como la importancia de este para la fermentación del cacao.

- Transporte del cacao fresco, de la plantación al área de fermentación: Explicaremos cómo se transporta el cacao después de la recolección y descapotado, para finalmente ubicarlo en el área de fermentación.

12:30 pm - Almuerzo

- Comida Regional: Almorzaremos una variedad de platos típicos de Santander, con opciones de carne (pollo, cerdo, pescado) o vegetarianas. Después, tendrán tiempo libre para descansar en las cabañas.

2:00 pm - Área de Fermentación y Secado

- Fermentación: Explicaremos el proceso bioquímico de la fermentación del cacao y cómo impacta el sabor y aroma.

- Secado: Mostraremos los métodos de secado utilizados, como el secado al sol, y discutiremos las mejores prácticas para asegurar un secado uniforme y de alta calidad.

4:00 pm - Proceso de Transformación del Grano a la Barra de Chocolate

- Producción de Chocolate: Explicaremos cómo se tuestan los granos de cacao, se eliminan las cáscaras y se produce la pasta de cacao. Se detallará el proceso de refinación y conchado que mejora la textura y sabor del chocolate.

7:00 pm - Cena

- Cena Regional: Otra oportunidad para disfrutar de la rica gastronomía regional, antes de finalizar un día lleno de actividades.

Día 3: Elaboración de Chocolate y Visita al Acopio de Cacao

5:00 am - Elaboración de Chocolate

- Cada persona tendrá la opción de tomar un pocillo de chocolate, café o aromática para iniciar con la mejor energía.

- Templado y Moldeado: Aprenderán a templar el chocolate para asegurar un brillo y textura consistentes. También se mostrará cómo se vierte el chocolate templado en moldes y se enfría.

5:30 am - Taller Práctico

- Participación Activa: Los turistas podrán participar en la elaboración de su propia barra de chocolate, desde el templado hasta el moldeado y refrigeración.

- Degustación: Se ofrecerá una degustación de diferentes tipos de chocolate producidos en la finca, explicando las características de cada uno.

7:30 am - Desayuno

- Desayuno Típico: Un último desayuno típico en un ambiente relajado, que puede incluir un piquete típico que incluye carne, yuca y bebida refrescante. Para veganos o vegetarianos, habrá opciones especiales.

8:30 am - Apreciación de la Naturaleza

- Recorrido Guiado: Realizaremos un paseo por la finca para apreciar la flora y fauna local. Discutiremos las prácticas de conservación y cómo la biodiversidad se integra con el cultivo de cacao.

10:30 am - Agradecimiento

- Firma en el Libro Verde: Los invitamos a dejar sus comentarios y sugerencias en el Libro Verde.

- Desmolde y empaque de chocolate: parte de estos chocolates serán entregados posteriormente como obsequio.

- Obsequio de Recuerdo: Agradecemos su visita y les ofrecemos un obsequio como una barra de chocolate y una bolsa de granos de cacao.

- Información Adicional: Les proporcionaremos recomendaciones de transporte y lugares de interés para su regreso.

12:00 pm - Almuerzo

- Comida Regional: Almorzaremos una variedad de platos típicos de Santander, con opciones de carne (vaca, pollo, cerdo, pescado) o vegetarianas.

1:00 pm - Salida para El Carmen de Chucurí

- Regreso al Casco Urbano: Partimos hacia El Carmen de Chucurí, con una llegada estimada a las 2:30 pm.

2:30 pm - Llegada a la Bodega de Cacao

- Visita a la Bodega: Explicaremos cómo se almacena el cacao de exportación, la inspección de calidad, el proceso documental para la exportación y se compartirán experiencias. Se exhibirán chocolates nacionales elaborados con granos producidos en la finca.

- Finalizamos la visita en la tienda principal de artesanías del pueblo, donde podrán adquirir souvenirs.

4:00 pm - Entrega del Grupo al Encargado

- Fin del Recorrido: Concluimos la ruta entregando el grupo al encargado.

Recomendaciones para los turistas

1. Accesibilidad: Tengan en cuenta que la finca está ubicada a dos horas y media del casco urbano de El Carmen de Chucurí, por una trocha angosta y en mal estado. El trayecto puede ser desafiante, pero forma parte de la aventura.

2. Entorno Natural: El terreno es húmedo y abundan los insectos. Se recomienda llevar repelente, ropa adecuada y botas para garantizar su comodidad.

3. Conectividad: No hay señal móvil en la finca, pero se cuenta con Wi-Fi y electricidad para que puedan mantenerse conectados si es necesario.

4. Salud y Seguridad: Informar al personal sobre cualquier condición médica o necesidad especial para que se puedan tomar las medidas adecuadas.

5. Preparación Física: Algunas actividades implican caminatas y trabajo en el campo, por lo que se sugiere estar en buena condición física para disfrutar plenamente de la experiencia.

Este itinerario ofrece una experiencia inmersiva en la cultura del cacao y la vida rural, ideal para aquellos que buscan un contacto directo con la naturaleza y las tradiciones locales.

Guión del recorrido (VER ANEXO 2)

Saludo a los turistas

Generalidades del municipio el Carmen de Chucuri, Parque Nacional Natural Serranía de los Yariguies, BELMIN SAS y Bosques de Cacao Yariguies, breve introducción sobre proyectos de investigación en los que hace parte Bosques de Cacao Yariguies, introducción sobre la reserva que se encuentra en la finca. (contextualización de la zona y el proyecto)

Historia y origen del cacao, cultivo del cacao, enfermedades del cacao, cosecha y poscosecha, prácticas agroecológicas en la finca, evaluación de calidad de los granos, selección de granos para transformarlos, tostión de cacao, descascarillado y molienda de cacao, refinado, temperado, moldeo, refrigeración y empaque de chocolates. Introducción de aves locales en la reserva.

Duración: 3 días

Ubicación: Finca la floresta vereda Honduras Bajo, El Carmen de Chucurí, Santander.

Bienvenida:

Bienvenidos a el Carmen de Chucurí, departamento de Santander corazón de la serranía de los Yariguies. El Carmen de Chucurí cuenta con aproximadamente 25.000 habitantes de los cuales sólo aproximadamente el 20% (5000) personas habitan en la zona urbana. Los primeros colonos de estas montañas llegaron de los municipios Galán y el Hato (al otro lado de la Serranía de los Yariguies) entre 1930 y 1940, alrededor, el área donde hoy en día está ubicada la zona urbana del municipio y sus alrededores pertenecía al municipio de Galán, pero, alrededor del año 1955 (inicialmente este lugar conoció con el nombre de placitas)este territorio fue agregado al municipio de San Vicente de Chucurí y aproximadamente desde 1960 se consideró corregimiento de San Vicente de Chucurí y recibió el nombre de El Carmen de chucuri, finalmente el 04 de junio de 1986 esta región es reconocida como municipio independiente.

El Parque Nacional Natural Serranía de los Yariguies fue declarado en marzo de 2005 cuenta con alrededor de 60.000hec que están distribuidos en 7 municipios la mayor proporción la tiene el Carmen de Chucurí con un 34%(20.000hec), los otros municipios son Hato, Galán, Chima,

Simacota, Santa Helena, San Vicente de chucuri está conformado por diversos ecosistemas como bosque subandino, alto andino, páramo, una pequeña parte de selva húmeda.

BELMIN SAS es una empresa familiar que nace en el año 2013, como un intento de mantener la herencia familiar y cultural campesina alrededor del cacao y el territorio con el objetivo de generar condiciones (mantener sin incluir nuevas prácticas sino recuperando lo que ya tenemos con métodos) para una eficiente renovación e integración generacional bajo los principios del desarrollo sostenible. Posterior a esto en el año 2014 se lanza el proyecto Bosques de Cacao Yariguies que busca conectar productores de cacao locales con amantes del chocolate del mundo. para esto en este mismo año se gestiona la creación de la asociación de campesinos ASOCAPAYARI con el fin de articular apoyo institucional para la comunidad en el sector de influencia de BELMIN SAS (veredas Cirales, el Diviso, Honduras, el Vergel, la Delia, la Victoria en EL Carmen de Chucuri). Con ASOCAPAYARI se ha logrado ser parte de varios proyectos de investigación alrededor del cacao con instituciones como, UPB, UIS, UTS, UNAL, AGROSAVIA, FEDECACAO, Cámara de comercio de Barrancabermeja y la organización no gubernamental japonesa SATOYAMA, en temas como: mitigación de metal pesado CADMIO en cacao, exploración uso de productos derivados del cacao, jardín clonal para la validación de nuevas variedades en el territorio, mejoramiento de la calidad del grano de cacao producido en la región, producción agroecológica, agroturismo, entre otros.

En estos años de trabajo hemos utilizado la estrategia del voluntariado principalmente a través de la plataforma WorldPackers lo que nos ha permitido ser reconocidos a nivel internacional como un destino en Colombia para vivir la experiencia del cacao y enseñar de manera auténtica nuestra tradición y cultura cacaotera. Esto, junto con el acompañamiento de PROCOLOMBIA nos

ha permitido ser pioneros en la exportación directa de cacaos especiales a mercados como Estados Unidos, Japón, Polonia e Inglaterra.

En el año 2019 nos registramos ante la cámara de comercio de Barrancabermeja como alojamiento rural en la finca y adoptamos el nombre de bosques de cacao Yariguies eso nos ha permitido convertirnos en referentes en el turismo sobre cacao articulados con la comunidad en el país.

Reserva

Después de muchos esfuerzos y acciones alrededor de la recuperación y conservación de la biodiversidad en el territorio en el año 2023 se inició un trámite ante parques Nacionales de Colombia para el registro de Reserva Natural de la Sociedad Civil, obteniéndose el 16 de mayo de 2024 mediante la resolución 107 El totumillo RNSC.203-2023, donde se está articulando con las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) para realizar proyectos sobre la diversidad local que facilitaran información importante para generar estrategias de conservación local, de igual manera se ha intentado articular con otras instituciones.

Historia y origen del cacao

El cacao (*Theobroma cacao*) aunque por muchos años se pensó que era originario de centroamérica en los últimos 50 años diversas investigaciones han logrado demostrar que el cacao es originario de la región comprendida entre el Amazonas y los Andes lo que ubica el origen del cacao en el norte de suramérica. Por muchos años se consideró que los primeros en consumir cacao fueron los indígenas centroamericanos sin embargo investigaciones recientes han encontrado evidencia científica que el cacao se usaba como bebida en Ecuador hace alrededor de 5.000 años.

Los españoles encontraron que los aztecas cultivaban cacao y utilizaban ese cacao como bebida ceremonial por lo que el cacao tenía un alto valor es por eso que en 1522 Hernan Cortez es

quien hace el primer envío de cacao hacia Europa una vez el cacao en Europa este se mantuvo por alrededor de 100 años como una bebida exclusiva en la realeza europea y en algunos monasterios católicos han sido los monjes los que han empezado a experimentar con el cacao para obtener un mejor sabor ya que los indígenas lo consumían sin azúcar y líquido. Alrededor del año 1700 los comerciantes europeos que llevaban el cacao desde Centroamérica y Venezuela a Europa identificaron que en la isla de trinidad podrían cultivarlo ya que esta estaba en la ruta y les quedaría más cerca además cumplía con las condiciones climáticas para cultivar las plantas. Una vez se empezó a cultivar el cacao en trinidad se despertó el interés por botánicos británicos y se empieza a investigar y a realizar descripciones botánicas específicas y se logra hacer una primera clasificación que lo agrupan en dos grandes variedades que eran criollo y forastero (amenolado) identificando características de sabor, productividad y resistencia a enfermedades de cada variedad. comienza a realizar polinización asistida dirigida para mezclar estas dos variedades y aparecen las primeras variedades específicas de cacao (ICS, imperial college selection, y posteriormente los TSH, Trinidad Select Hybrids, alrededor de 1960) estas variedades comenzaron a propagarse por toda Latinoamérica, a inicios de 1800 empieza a tomar fuerza el consumo de chocolate en Europa, este chocolate producido por países que tenían colonias en África lo que propició la introducción y proliferación de la siembra del cacao en países como Ghana, Costa de Marfil y Nigeria, siendo las variedades amelonadas(forasteras) las de mayor interés para propagar en esta región debido a su alta resistencia contra enfermedades y mayor producción. después de 1900 empieza la investigación en países latinoamericanos y centroamericanos alrededor del cacao y en búsqueda de variedades que se ajustaran más a las necesidades del territorio y es así que aparecen variedades como (IMC, Iquitos Mixed Calabacillo) de Perú, variedades ecuatorianas como la variedad nacional, y el CCN (Colección Castro Naranjal)-51. y recientemente variedades

colombianas han sido estudiadas y algunas de ellas resaltan en el interés de los cacaocultores nacionales para su propagación como FEC (Federación el Carmen)-2, el FSV (Federación San Vicente)-41, FEAR (Federación Arauquita)-5, SCC (Selección Colombia Corpoica)- 61, TCS (Theobroma Corpoica la Suiza)-01, entre otros.

Es de resaltar que el cultivo del cacao en el Carmen de Chucuri, comenzó en los años 60 con el señor Gustavo Gonzales, quien fue el primero en establecer un cultivo de considerables dimensiones en la región, sin embargo hasta finales de 1970 era el cultivo del café quien predominaba en el Carmen de Chucurí sin embargo durante los años 80 debido a la guerra interna vivida en el municipio que ocasionó dificultades para la consecución de mano de obra es que toma realmente fuerza el cultivo del cacao llegando a dominar la actividad económica del municipio desde inicio de los años 90. Cabe señalar que otras actividades económicas son la ganadería y el cultivo del aguacate.

Cultivo del cacao

Una plantación de cacao toma alrededor de 3 años en iniciar su producción y el tiempo entre la aparición de la flor y la obtención del fruto maduro toma alrededor de 6 meses. Se debe analizar un grano de cacao fresco y señalar por donde va a salir la raíz principal, haciendo claridad que los dos extremos del grano son diferentes, en este instante mostrar los granos de cacao blanco y relacionar este color con las características de las variedades criollas y el color púrpura con las características del cacao forastero. adicionalmente mostrar la diferencia entre las flores de la plantas de cacao blancos y con las de las otras plantas (Estaminodios) señalar la práctica de injertación como un método de injertación de una variedad específica, mencionando que si se permite crecer la planta que viene directamente del cacao será una genética nueva porque cada grano

de cacao contiene una genética específica basados en el proceso de polinización, de modo tal que cada grano de cacao es como la genética que distingue a dos gemelos a pesar de que se ven iguales sus descendencias van hacer diferentes. En este momento se debe hacer una injertación para mostrar los diferentes estilos.

Enfermedades del cacao

La monilla, la roselinia, la escoba de bruja, la lasiodiplodia, la hormiga. Es importante señalar que este tipo de plagas y enfermedades en este tipo de región representa un problema muy serio debido a las miles de hectáreas alrededor lo que facilita la propagación de esta lo que hace que se realice un monitoreo por semana para hacer control de monilla y escoba de bruja ya que de otra manera este hongo se disipara por toda la planta y se perderá la cosecha. aunque hay casos especiales como las variedades de cacao blanco que necesitamos hacerles control dos veces por semana.

Cosecha y poscosecha,

Es importante iniciar señalando las principales herramientas o accesorios que se usan en esta parte del proceso que son: orquilla (medialuna) desjarretadera, tijera, macheta, mochila, la canasta, guantes, los sacos y banquito de madera. Es importante mencionar la mosca Forcipomyia que es el principal polinizador del cacao.

Antes de iniciar la cosecha se debe tener en cuenta si se va hacer alguna selección para algún mercado específico ya que a grandes rasgos se identifican dos tipos de mercados especiales y corriente se debe tener en cuenta para la separación y recolección ya que se deben escoger cuidadosamente las mazorcas porque dependiendo de su estado de madurez va a depender la calidad del grano. La recolección de cacao se acostumbra a realizar aproximadamente cada 20 días, donde se selecciona y se separan los frutos dependiendo del interés que se tenga.

En esta parte es importante recordar, tener frutos pintones y maduros para apreciar el sabor del mucílago en estos dos estados de desarrollo del fruto, haciendo el ejercicio del conteo de granos dentro de cada fruta o mazorca de cacao que son aproximadamente 45, pudiendo distinguir en los frutos pintones el sabor a mango biche. Adicionalmente es importante tener frutos de cacao completamente maduros de al menos 5 variedades para distinguir la diferencia entre estas y poder ir interpretando porque la variedad de cacao(genética) es un factor a tener en cuenta en la calidad final del grano, posteriormente debemos tener en cuenta las prácticas específicas que se usan para desengrullar y transportar luego los granos al área de fermentación

También mencionar el potencial uso de los subproductos del cacao como el mucílago, capota fresca, placenta para el sector gastronómico un ejemplo seria nuestros chorizos reducidos en mucílago de cacao.

El grano de cacao seco representa el 8% del peso de una fruta de cacao fresca lo que significa que de una mazorca que pesa 1000 g se obtiene sólo 80 g.

Prácticas agroecológicas en la finca.

Las tierras donde estamos ubicados son altamente arcillosas y al estar en ladera y no haber implementado prácticas ecológicas desde el inicio de la explotación agropecuaria en esta zona y mencionando que la capa de materia orgánica hace 80 años debió ser de alrededor de 20cm hoy en día tenemos una gran deficiencia de Materia orgánica en nuestra finca otro impacto que afectó fue el uso de herbicidas descontroladamente por lo que nos vimos obligados a implementar prácticas agroecológicas buscando revivir nuestros suelos con prácticas como: colocar la hierba recién cortada en la base de las plantas pequeñas, cubrir con cauchos áreas donde predominan las gramíneas para evitar el crecimiento y así promover el crecimiento de hierbas con hoja ancha, sembrando árboles nativos compatibles con nuestro cultivo como nanos, abarcos entre otros,

creando y delimitando áreas de conservación dentro de los cultivos que buscan proteger corrientes de agua y así dinamizar nuevamente la biodiversidad en nuestra región, adicionalmente injertando o plantando variedades de cacao que sean resistentes al entorno pero también salvaguardando algunos árboles de cacao antiguos para conservar una diversidad genética del cacao, el control de plaga y enfermedades se hace una o dos veces por semana para evitar el uso de fungicidas y otros agroquímicos que puedan afectar el ecosistema, se mantiene alrededor de 20 camuros semiestabulados para producir abono que se composta en medio del cacaotal, desde hace 5 años no se usan herbicidas en la finca y en mayo del 2024 logramos el reconocimiento ante parques nacionales naturales de Colombia como reserva natural de la sociedad civil.

Visita a Bosques de Cacao Yariguies para realizar mejoras como implementación de señalización y definir el sendero del cacao.

Figura 28 Señalización Ecológica



A partir de materiales que se encontraban en la finca como madera recuperada y disponible, se seleccionó cuidadosamente y se trató, para diseñar, señales robustas y alineadas con los principios de sostenibilidad por los cuales Bosques de cacao Yariguies se destaca. Las señales se ubican estratégicamente en puntos claves del recorrido, garantizando la orientación clara para los turistas. se elaboraron 6 señales las cuales fueron:

+Rio Honduras

+Lote 1 cacaos especiales

+Alojamiento

+Zona de secado

+Ceiba Pentandra

+Inicio de Sendero

Conclusiones

Finalmente se puede concluir que Bosques de Cacao Yariguies ha evolucionado de manera significativa desde su fundación pero se ha enfrentado a desafíos los cuales ha generado una reestructuración de sus servicios. Ha logrado atraer a voluntarios y turistas internacionales interesados en el cacao y su origen. La propuesta de valor es conectar los visitantes con el entorno de manera sensible que lo haga interiorizar el trabajo y valor de la comunidad ya que eso es lo que los diferencia del resto del mercado. La identificación de debilidades, fortalezas, amenazas y fortalezas permite hacerse una imagen del operador amplia.

El diagnóstico de la oferta y demanda evidencia el crecimiento y la valoración del turismo sostenible en Bosques de Cacao Yariguies. Las encuestas realizadas reflejan el interés de las personas con la experiencias auténticas y educativas, como los procesos de la producción de cacao y transformación y el contacto con la comunidad local.

La propuesta de marketing digital, se usó como recurso estratégico para incrementar la visibilidad y así atraer consumidores responsables de la naturaleza y comunidad y amantes del chocolate gourmet a nivel global. La elaboración de los flyers permite que se realice un visibilización de Bosques de Cacao Yariguies en Chocolaterías ubicadas en Bogotá en la candelaria, Bucaramanga en Cabecera, San Vicente de Chucuri en la Chocolatería cacao alma, Cartagena en la Chocolatería de una Carmeleña y en Barrancabermeja, estos puntos estratégicos permitirán que se llegue a los clientes ideales para Bosques de cacao y así aumentar su reconocimiento, el sello que hace resaltar dicho proyecto es la manera de llegar a los clientes de manera sostenible ofreciendo experiencias enriquecedoras a los clientes.

El enfoque sostenible de dicho proyecto permite que Bosques de Cacao Yariguies contribuya a la conservación del medio ambiente, sino que representa un modelo inclusivo y con prácticas agroecológicas implementadas que fortalecen las relaciones con el territorio y la participación activa de la comunidad local.

Referencias bibliográficas

- ¿QUÉ ES LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA y CÚAL ES SU IMPORTANCIA? (s.f.). Instituto Distrital De Turismo - IDT - Bogotá. <https://www.idt.gov.co/es/que-es-la-senalizacion-turistica-y-cual-es-su-importancia>
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1969) "The prediction of behavioral intentions in a choice situation". Journal of Experimental Social Psychology 5(4): 400-416
- Alcaldía. (2024). Plan de Desarrollo Municipal - Municipio de Carmen de Chucurí. https://elcarmendechucurisantander.micolombiadigital.gov.co/sites/elcarmendechucurisantander/content/files/001097/54831_plan-de-desarrollo-municipal.pdf
- Boisier, S. (2004). "El desarrollo local: ¿de qué estamos hablando?". En Revista de la CEPAL, (86), 43-55. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Cañada, E. (2012). Turismo comunitario, un espacio en disputa. En Baudes, J. Cañada, E. y Gascón, J. El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces (130-131). Madrid: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario.
- Cardona, L., & Cyberclick. (2024). Marketing digital: qué es, cómo hacer y tipos (2025). <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-digital-que-es-funcion-y-ventajas>
- Competitividad | ONU Turismo. (s.f.). <https://www.unwto.org/es/competitividad-turismo>
- Criado, J. M. (2022, November 11). *Cacao: ¿Qué es y para qué sirve?* Blog De Terránea. <https://blog.terranea.es/cacao/>
- Decreto 229 de 2017 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79382>
- Decreto 2438 de 2010 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=39997>
- Decreto 646 de 2021 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=164629>

ECLAC - United Nations (s.f.). Acerca de Desarrollo Sostenible. CEPAL.

<https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible>

Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>

Gonzalez, Carolina. (2024). Diagnóstico Organizacional: 5 herramientas para un análisis estratégico eficaz. Global Human Consultants. <https://globalhumancon.com/diagnostico-organizacional-5-herramientas-para-un-analisis-estrategico-eficaz/>

Ley 1480 de 2011 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Ley 1558 de 2012 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321>

Ley 1581 de 2012 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Ley 300 de 1996 - Gestor Normativo. (s.f.). Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

Mendoza, M.M., Figueroa, E. y Godínez, L. (2015). Turismo comunitario pro-pobre en el ejido El Rosario, Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca. El Periplo Sustentable. 92 – 119

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5165306.pdf>

Nuestro municipio - Alcaldía de El Carmen de Chucurí Santander. (2020). <https://www.elcarmen-santander.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

OMT (1998). BLOG Ceupe <https://www.ceupe.com/blog/los-operadores-de-turismo.html>

Pinillos Castillo, W. R., Triana Calderón, O., & Morales Rivera, E. (Eds.). (2021). PROGRAMA

ADMINISTRACIÓN

DE

EMPRESAS.

<https://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/media/attachments/2021/03/25/guia-7-diseno-de-experiencias-turisticas.pdf>

Portillo, G. (2024). Agroturismo: qué es, características y actividades. [ecologiaverde.com. https://www.ecologiaverde.com/agroturismo-que-es-caracteristicas-y-actividades-4793.html](https://www.ecologiaverde.com/agroturismo-que-es-caracteristicas-y-actividades-4793.html)

Proyecto PRAA – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (s.f.). <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Dise%C3%B1o-y-Planificaci%C3%B3n-de-Senderos.pdf>

QuickBooks. (2024). ¿Qué es Emprendimiento? Definición y Concepto <https://quickbooks.intuit.com/global/resources/es/emprendimiento/que-es-emprendimiento/>

Turismo sostenible | Department of Economic and Social Affairs. (s.f.). <https://sdgs.un.org/es/topics/sustainable-tourism>

Apéndices

Apéndice A. Documento Itinerario Bosques de Cacao

Apéndice B. Documento Guión de Bosques de Cacao