



**Asesoría para la inclusión del Desarrollo Rural Territorial – Identidad Cultural (DRT – IC) en los territorios donde se implementa el proyecto MDRT**

**INFORME FINAL DEL TERRITORIO DEL SUR DE TOLIMA**

Experta territorial Colombia:

Natalia Soto

Experto territorial Bolivia y coordinación:  
Experta principal y supervisión:

Marcelo Uribe  
Claudia Ranaboldo



Bogotá, 26 de junio de 2011

## Índice

---

Capítulo		Página
<b>Abreviaciones y siglas</b>		3
<b>1.</b>	<b>Antecedentes</b>	4
<b>2.</b>	<b>El contexto territorial y sus principales dinámicas</b>	4
<b>3.</b>	<b>La riqueza y diversidad cultural y natural del territorio</b>	7
3.1	La dotación de activos naturales y culturales en el territorio	8
3.2	Iniciativas de valoración de los activos culturales y naturales, actores y redes involucrados	10
<b>4.</b>	<b>Estrategia articuladora de DTR-IC</b>	18
<b>5.</b>	<b>Agenda consensuada</b>	24
<b>6.</b>	<b>Ficha de lineamientos de acción</b>	25
<b>Bibliografía</b>		27
<b>Anexos</b>		31

---

## Abreviaciones y siglas

ADAM	Áreas de Desarrollo Alternativo Municipal
AMUC	Asociación Municipal de Usuarios Campesinos
AOC	Denominación de Origen Controlada (por su nombre en francés: Appellation d'Origine Contrôlée)
ASIAUT	Asociación de Ingenieros Agrónomos Egresados de la Universidad del Tolima
ASOBOLO	Asociación de Usuarios del Rio Bolo
CAN	Comunidad Andina
CG	Comité de Gestión
CORPOICA	Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria
CORTOLIMA	Corporación Autónoma Regional de Tolima
CORUNIVERSITARIA	Universidad de Ibagué
CVC	Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas
DTR-IC	Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural
DO	Denominación de Origen
FUPAD	Fundación Panamericana para el Desarrollo
IC	Identidad Cultural
IGAC	Instituto Geográfico Agustín Codazzi
INCODER	Instituto Colombiano para el Desarrollo Rural
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa a la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
INVIMA	Instituto Nacional de Vigilancia a Medicamentos y Alimentos
JACs	Juntas de Acción Comunal
JICA	Agencia de Cooperación Internacional de Japón
MIDAS	Más Inversión para el Desarrollo Alternativo Sostenible
MDRT	Modelo de Desarrollo Rural con enfoque Territorial
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
OMPI	Organización Mundial para la Protección de la Propiedad Intelectual
PNUD	Programa de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PROHACIENDO	Corporación para la Promoción del Desarrollo Rural y Agroindustrial
PROEXPORT	Entidad para la Promoción del Turismo, la Inversión y las Exportaciones
PROPAIS	Corporación para el Desarrollo de las Microempresas
Red Unidos	Red para la Superación de la Pobreza Extrema
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
RIMISP	Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural
SalvArte	Empresa de Artesanías Colombianas
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SGCAN	Secretaría General de la Comunidad Andina
SIC	Superintendencia de Industria y Comercio
SIDAP	Sistema Departamental de Áreas Protegidas
SINIC	Sistema Nacional de Información Cultural
SIPA	Sistema de Información Panelero
USAID	United States Agency for Internacional Cooperation

## **1. Antecedentes**

La Secretaria General de la Comunidad Andina (SGCAN) se encuentra implementando el Proyecto “Modelos de Desarrollo Rural con Enfoque Territorial (MDRT)”, en cuatro territorios de los países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú)<sup>1</sup>. El Proyecto tiene el objetivo de promover el desarrollo rural con enfoque territorial, en dichos territorios, a través del desarrollo de métodos, instrumentos y procedimientos que coadyuven en la creación de capacidades y provean experiencias replicables entre los países andinos para contribuir a la reducción de la pobreza rural, e identificar elementos que contribuyan a la definición de los lineamientos de la estrategia subregional andina de desarrollo rural.

En este contexto, la CAN ha visto por conveniente trabajar en la formulación e incorporación de propuestas orientadas a la valorización de la dimensión cultural, en los modelos de Desarrollo Rural con Enfoque Territorial promovidos en los territorios mencionados, para lo cual ha contratado a Rimisp - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, para ejecutar la asesoría: “Inclusión del Desarrollo Rural Territorial – Identidad Cultural (DRT-IC) en los territorios donde se implementa el Proyecto MDRT”.

El presente documento, es el informe final del trabajo realizado en el Territorio del Sur del Tolima, ubicado en el departamento del Tolima (Colombia), y presenta un mapeo de las iniciativas de valorización de activos culturales y naturales existentes en el mismo; una Estrategia articuladora de DTR-IC; y una Agenda Operativa consensuada que incluye una ficha de Lineamientos de acción.

En el informe se presenta el trabajo realizado en dos fases: una primera basada en la sistematización de información secundaria y entrevistas a informantes clave del territorio; y una segunda fase de trabajo en terreno, en la que se llevó a cabo un Taller de presentación y concertación de la Estrategia articuladora de DTR-IC; y la Agenda Operativa, por lo que los resultados del informe reflejan los criterios y las propuestas planteadas por los propios actores del territorio.

Se tenía previsto, además, realizar una Gira Vivencial pero esta no pudo llevarse a cabo por problemas existentes en la zona, como se explica más adelante en el informe.

El documento, de acuerdo a lo especificado en los Términos de Referencia, ha sido elaborado con un formato breve, sintético<sup>2</sup> y de fácil lectura con el objetivo de facilitar su difusión y utilización.

## **2. El contexto territorial y sus principales dinámicas**

El territorio del Sur del Tolima se encuentra ubicado en el departamento del Tolima en el centro-occidente de Colombia, y está compuesto por once municipios. Dada su extensión se divide en dos sub-territorios con características propias: i) Sur del Tolima y ii) Triángulo del Sur del Tolima, como puede apreciarse en el mapa No. 1.

---

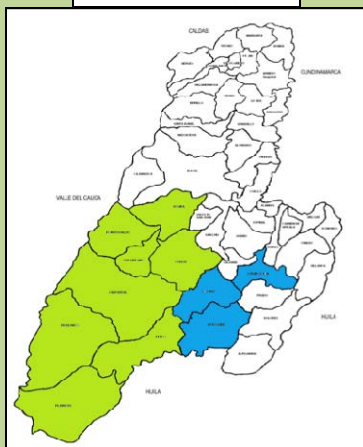
<sup>1</sup> El Proyecto se ejecuta en el marco de los Proyectos: “Foro Andino de Desarrollo Rural” y “Apoyo a La Cohesión Económica y Social de la CAN”.

<sup>2</sup> En el informe no se repite la abundante información existente en diagnósticos y otros documentos del Proyecto MDRT y otras consultorías, aunque la misma ha sido tomada en cuenta para su elaboración .

La población de dicho territorio está compuesta por un porcentaje importante de minorías, que en algunos municipios como Coyaima, Natagaima, Ortega y Ataco llegan a representar el 76%, 43%, 43% y 14,7% respectivamente de su población total, en el primer, segundo y tercer caso de población indígena y en el último caso de población afrocolombiana. Otra característica de este territorio es que la mayor parte de su población se encuentra ubicada, en zonas rurales (63,63%) aunque afrontando altos niveles de NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas): 63, 23% (eCAN, 2010a).

Cuadro 1 Información básica del territorio	
Área Total	<b>7347,54 Km2</b>
Población Total	279. 132 Hab.
Población Rural	177.603 (63.63%) Hab.
Densidad poblacional	37,98 hab/km <sup>2</sup>
Índice de NBI	63,23%

Mapa No. 1 Departamento del Tolima en Colombia y Sub-territorios: Sur del Tolima y del Triángulo del Sur del Tolima.



Fuente: CAN, 2010

### 1. Sub-territorio del Sur del Tolima (en color verde en el Mapa No.1)

- Ataco
- Chaparral
- Ortega
- Planadas
- Río Blanco
- Roncesvalles
- Rovira
- San Antonio

### 2. Sub-territorio Triángulo del Sur del Tolima (en color azul en el Mapa No. 1)

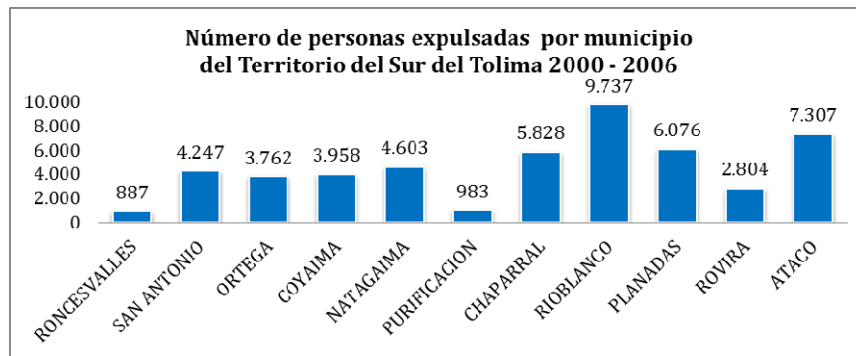
- Coyaima
- Natagaima
- Purificación

La densidad poblacional del territorio es baja: 37,98 hab/km<sup>2</sup>, debido a la existencia de una población de tan sólo 279.132 habitantes para una extensión que alcanza los 7.343,52 km<sup>2</sup> (DANE) . La población ha venido descendiendo como consecuencia de las migraciones por la situación económica difícil, y el “desplazamiento forzado, ocasionado por la inseguridad que genera la presencia de grupos guerrilleros en la zona.

En el gráfico No.1 se presenta un detalle de los desplazamientos ocurridos por municipio entre los años 2000 y 2006. Las cifras explican la razón por la que en el censo nacional en el 2005, solo se

registrara un incremento de la población en dos municipios, mientras que en los restantes se presentaba una disminución de la población.

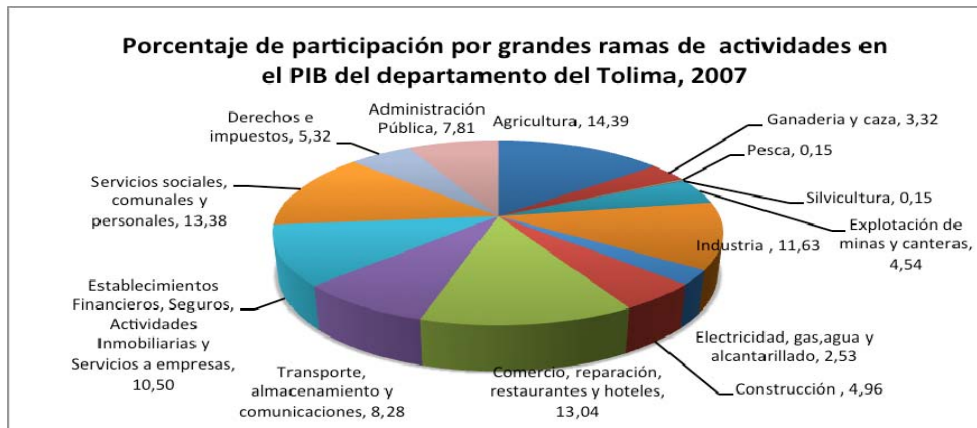
**Gráfico No. 1**



Fuente: Gobernación del Tolima, 2006

Aunque no se cuenta con información específica de la composición del PIB del territorio<sup>3</sup> en el gráfico No. 2 se puede observar la composición del PIB para el total del departamento, por grandes ramas de la actividad económica, lo que nos permite inferir la importancia de algunos sectores económicos para el territorio, entre los que destaca la agricultura con un aporte que asciende al 14,39% del PIB departamental.

**Gráfico No. 2**



Fuente: DANE

El café merece una mención especial considerando su aporte al PIB del departamento, que para el año 2007 ascendía al 2,85% (DANE). Dentro del Tolima, 38 de sus 47 municipios son considerados cafeteros, y generan importantes niveles de empleo (84.800 empleos directo e indirectos que corresponden a 48% del empleo rural, y 24% del empleo total del departamento) y alrededor del 60% de las exportaciones totales y el 65% de las exportaciones agrícolas del departamento (eCAN, 2010c).

<sup>3</sup> El departamento del Tolima aportó el 2,4% al PIB nacional.

**Cuadro No 2**

PRODUCCIÓN AGROPECUARIA, AÑO 2009	
Productos Agrícolas	Producción (ton) 2009
Arroz	116.534,5
Plátano	65.687,3
Café	34.231,2
Maíz	24.794,7
Caña Panelera	13.236,2
Aguacate	3.720,7
Limón	3.440,5
Cacao	2.331,2

Fuente: eCAN, 2010b

El Sur del Tolima se caracteriza, al igual que el departamento, por su vocación agrícola. En el Cuadro No 2 se puede apreciar la producción agropecuaria en toneladas.

Otros sectores económicos importantes para el Sur del Tolima son la ganadería, la piscicultura y en menor proporción las artesanías.

Además de las limitantes que impone la existencia del conflicto armado, el Sur del Tolima también afronta diversos problemas como: i) difícil acceso a los mercados, dada la limitada infraestructura de caminos en las zonas rurales para conectarse entre municipios, con otras cabeceras municipales, con la capital del Tolima y con otros departamentos; ii) baja inversión en infraestructura; iii) informalidad laboral; iv) bajos ingresos; v) insuficiente acceso a servicios de crédito y vi) elevada intermediación entre pequeños productores, mayoristas y minoristas (CAN, 2010). En cuanto al nivel de vida de los habitantes del territorio, sus principales dificultades (especialmente en las zonas rurales) se refieren a: i) la falta de viviendas adecuadas; ii) bajos niveles de educación; iii) inseguridad alimentaria y, iv) como ya se mencionó, un alto porcentaje de NBI.

Respecto a la dimensión ambiental, en algunos de sus municipios, existen problemas como: i) el conflicto entre los usos que se le da al suelo y la vocación de éste; ii) la deforestación y iii) la explotación minera ilegal (CAN, 2010).

### 3. La riqueza y diversidad cultural y natural del territorio

El Sur del Tolima cuenta con un importante acervo de activos naturales, y culturales<sup>4</sup>. Respecto a los recursos naturales, posee una riqueza hídrica sobresaliente que resulta del recorrido que hace el Río Magdalena de norte a Sur en este departamento, recibiendo el afluente de ríos que nacen en la cordillera central como son los Río Saldaña, Coello, el Cabrera, el Gualí, el Totare, Cabrera, el Prado, entre otros, y numerosas lagunas (Parques Naturales, 2009). Por su extensión, cuenta con variados pisos térmicos con importantes diferencias climáticas (Parques Naturales, 2009), una diversa flora y fauna y un paisaje de singular belleza.

Los principales activos culturales del territorio son: i) las ferias y fiestas que se realizan a lo largo del año en los diferentes municipios del territorio<sup>5</sup>; ii) la diversidad étnica existente, especialmente en el Triángulo del sur del Tolima, cuya población de 43.315 habitantes corresponde al 73.35% de los indígenas Pijaos del país (DANE, 2005), los cuales han luchado por conservar sus costumbres y

<sup>4</sup> “Se entiende por activos el patrimonio material e inmaterial de una persona o grupo de personas, que al incrementarse y combinarse puede mejorar su calidad de vida y el bienestar de su familia” (Ranaboldo, 2009).

“Estos activos son “culturales” en la medida que su valor reside en su especificidad: están vinculados con una cultura concreta, espacialmente arraigada, y son el resultado de una manera singular de ver y relacionarse con el mundo” (Hernández. R y C. Trivelli, 2011). Los activos naturales comprenden la tierra y otros activos materiales no producidos por el hombre como la flora, fauna, reservas minerales, etc. y aquellos que incluyen elementos naturales que han sido significativamente modificados por el hombre como los bosques plantados, cultivos agrícolas o gando de cría, etc. (Cerione. L., S/F).

<sup>5</sup> Para conocer el listado completo de las ferias y fiestas que se celebran en el territorio se puede revisar el Anexo No. 7

tradiciones y iii) la gastronomía típica y los productos típicos de la región. Tradicionalmente ha sido reconocido por una producción de arroz, o por su capital: Ibagué, llamada “la capital musical de Colombia”. No obstante, se trata de un departamento, todavía, poco renombrado a nivel nacional.

En este orden de ideas, si bien es cierto que la principal actividad económica de los municipios que componen este territorio es la agricultura, y en algunos casos además la ganadería y la piscicultura; la valorización del patrimonio cultural y natural del territorio, representa una alternativa que hasta ahora ha sido prácticamente inexplorada como una opción para mejorar, no sólo de los ingresos, sino también la calidad de vida de los habitantes, en especial de las poblaciones marginadas y que conforman una mayoría en el territorio como son los indígenas, campesinos, jóvenes y mujeres.

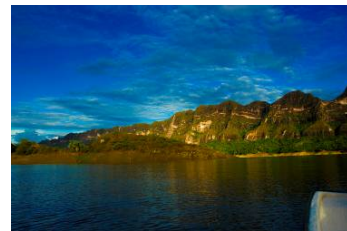
A continuación se presenta un listado de los principales activos naturales y culturales con los que cuenta el territorio. Estos fueron identificados con el apoyo de ocho municipios<sup>6</sup>, en algunos casos en talleres participativos desarrollados por miembros del Comité de Gestión (CG) en sus propios municipios, donde sus habitantes determinaron los activos de su territorio. La información presentada fue complementada con fuentes secundarias.

### 3.1 La dotación de activos naturales y culturales en el territorio

#### a) Activos Naturales del Territorio del Sur del Tolima:

1. Relacionados con la riqueza hídrica: Represa de Hidroprado (el 75% se ubica en el Municipio de Purificación).  
Diversidad de: ii) Cascadas; iii) Quebradas; iv) Saltos de agua; v) Lagunas (todo el Sur del Tolima).
2. Parque Nacional Natural Las Herosas (Ríoblanco, Planadas y Chaparral en el Sur del Tolima y Palmira, Buga, El Cerrito, Tuluá y Pradera en el Valle).
3. Cerro del Pacandé. (Municipio de Natagaima).
4. Cascadas, Valle del Éxtasis y Zona Arqueológica de las veredas Chilí y Hervidero y las cavernas del Encanto, Cerro Imán y Buena Vista. (Municipio de Rovira).
5. Cultivos de café orgánico (sub-territorio sur del Tolima).
6. Cultivos de cacao orgánico (sub-territorio sur del Tolima).

Represa Hidroprado



Fuente: imageshack.us

Cerro de Pacandé



Fuente: Parques Nacionales, 2009

#### b) Activos culturales del Territorio del Sur del Tolima:

1. Cultura indígena Pijao (sub-territorio del Triángulo del Sur del Tolima).
2. Cultura musical representada en las Ferias y Fiestas durante todo el año en los 11 municipios<sup>7</sup> especialmente:



<sup>6</sup> A lo largo de la asesoría, los municipios de Planadas, Natagaima y Roncesvalles tuvieron una participación muy limitada y sólo puntual en algunos momentos del trabajo.

<sup>7</sup> Como ya se mencionó, la información completa de todas las ferias y fiestas que se celebran en el Territorio del Sur del Tolima se encuentra consignada en el Anexo 7.



- i) Fiestas religiosas como la de la Virgen del Carmen (casi todos los municipios);
- ii) Festival del loro Orejiamarillo y la Palma de Cera (Municipio de Roncesvalles)
- iii) Fiesta de la “Chicha” celebrada en los municipios de Coyaima y Ortega;
- iv) Fiesta Campesina (Municipios de Ortega, Río Blanco y Roncesvalles).
- v) Festival Folclórico del Sur del Tolima (Municipio de Purificación).

### 3. Gastronomía típica:



“Chicha”<sup>8</sup>;  
(Comida de Colombia, sin fecha)



Lechona;  
(Tucolombia, sin fecha)



Gallina criolla;  
(Comida de Colombia, sin fecha)



Bizcochos de achiras;  
(ONU, sin fecha)



Panela;  
(SIPA, 2010)



Quesillo de Roncesvalles  
(Panoramio.com, sin fecha)

### 4. Artesanías de palma. Barro y bejuco



Artesanías palma de iraca;  
(Archivo del Mun. de Coyaima)



Artesanías en barro;  
(Taller Estudio Q, sin fecha)



Canastas en bejuco<sup>9</sup> (Ataco)  
(Flickr, sin fecha)

### 5. Artesanías en madera: bandejas, bateas del Municipio de Ortega

<sup>8</sup> Bebida alcohólica tradicional elaborada a partir de la fermentación de maíz blanco y muy consumida en las zonas rurales.

<sup>9</sup> Plantas trepadoras similares a las parras y a las cuales se les atribuyen poderes curativos.

### 3.2 Iniciativas de valorización de los activos culturales y naturales, actores y redes involucrados

Existen muy pocas iniciativas de valorización de los activos, antes mencionados, en el territorio y, estas, en general son incipientes y poco articuladas. La mayor parte de los activos naturales y culturales son reconocidos por la población local, pero no a nivel departamental y mucho menos nacional como atractivos importantes a ser visitados, o como productos con reputación ex situ, dado que, muchos de ellos, carecen de atributos particulares que los diferencien de otros que se encuentran en el mercado.

Muchas de las iniciativas han sido promovidas por actores externos al territorio, por lo que se requiere avanzar en un proceso paulatino de mayor apropiación por parte de los actores locales involucrados. Un ejemplo al respecto es el caso del café especial que hasta el momento ha dependido de los avances de la Federación Nacional de Cafeteros o también el caso de las Achiras<sup>10</sup>.

Los activos que están siendo valorizados con alguna iniciativa, como se explica a continuación, son los siguientes: i) El café de alta calidad y orgánico en todo el Sur del Tolima; ii) El Festival del Loro Orejiamarillo y la Palma de Cera en Roncesvalles; iii) La cultura indígena de los Pijaos en los municipios del sub-territorio del triángulo del Sur del Tolima; y iv). El Parque Nacional Natural de las Hermosas.

**Cuadro 3 Producción y comercialización de cafés especiales y/o orgánicos.**

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Ubicación de la iniciativa	La iniciativa se desarrolla especialmente en los municipios del sub-territorio del Sur del Tolima. Se está valorizando el café como principal renglón de la economía, con énfasis en mercados de alto valor: cafés especiales, orgánicos, de comercio justo, etc.
Proceso de conformación tiempo de consolidación del proceso.	<p>El Departamento del Tolima cuenta con tradición como productor de café, hecho que se evidencia en que éste constituye el principal renglón agrícola del departamento en su aporte al PIB departamental, en términos de área sembrada y en empleo generado. De los 47 municipios del departamento, 38 son cafeteros, y, en muchos, el café es el centro de su economía. A escala nacional, el departamento se ha consolidado como el segundo en términos de área sembrada y el tercero como productor, aportando el 11.3% de la producción total del país (Federación Nacional de Cafeteros, 2008).</p> <p>Dentro del departamento, los municipios del norte se han concentrado en el cultivo de café tradicional y en el sur en la producción de cafés de alta calidad y orgánicos, pero es necesario que se sigan haciendo esfuerzos por lograr consistencia en este tipo de cafés. (Fundación Natura, 2006).</p> <p>El programa de cafés especiales se inició en el año de 2002. En ese momento se exportaban 200.000 sacos de 60 kilogramos, seis años después, las exportaciones subieron a cerca de 1.000.100 mil sacos, de los cuales 13.600, corresponden al departamento del Tolima. (Fundación Natura, 2006).</p>
Actores involucrados en las actividades.	La iniciativa de producción de cafés especiales puede ser catalogada como público-privada. En ella intervienen el Comité de Cafeteros del Tolima, Cooperativas de Caficultores de la zona, Federación Nacional de Cafeteros, Ministerio de Agricultura, Acción Social, USAID, FUPAD, entre otros.

<sup>10</sup> Por ejemplo Lorenzo Pelaez de Corpoica y Edgar Bárcenas del municipio de Purificación coincidieron en la necesidad de fortalecer el Capital Social en el territorio, para avanzar y consolidar proyectos exitosos de cualquier índole.

	<p>Las mujeres de esta iniciativa se benefician del Programa “Desarrollo Integral Mujer Cafetera” a través del cual el Comité del Tolima busca promover el papel de la mujer cafetera. Con este propósito se viene trabajando en la formación de los Consejos Participativos de la Mujer Cafetera (CPMC) en ocho municipios del Departamento con la participación de 624 mujeres (Federación Nacional de cafeteros, 2008).</p> <p>Los jóvenes caficultores cuentan con el programa Modelos Innovadores –Jóvenes caficultores, cuyo objetivo general es contribuir a mejorar la competitividad de la caficultura a través de adopción de modelos innovadores. Este programa busca la integración de los jóvenes a la producción del café promoviendo un relevo generacional.</p>						
<p>Redes y relacionamiento institucional</p>	<p>Esta iniciativa hace parte de las redes de las Instituciones mencionadas anteriormente, y de programas como Más Inversión para el Desarrollo Alternativo Sostenible (MIDAS), Áreas de Desarrollo Alternativo Municipal (ADAM) de USAID; Programa para la Producción más limpia, Familias Guardabosques, Acción Social del Gobierno Nacional; Proyectos para la construcción y mejoramiento de vías, escuelas, electrificación rural y proyectos especiales de la Gobernación del Tolima y Alcaldías municipales.</p>						
<p>Articulación a mercados e importancia de los beneficios.</p>	<p>La producción y comercialización de café es en algunos casos el principal renglón económico de los municipios, o al menos, uno de los más importantes.</p> <p>Con el propósito de posicionar a los cafés producidos en el territorio como cafés de alta calidad, los productores han venido participando en concursos como la Taza de la Excelencia con 17.782 kilos de café pergamino seco, recibiendo un sobreprecio de cerca de U\$ 0,25/kg, el Concurso de Illy Coffee con 3 lotes de café, logrando un sobreprecio promedio de U\$ 0,2/kg y la Feria de Cafés Especiales, entre otros.</p> <p>Según Giovannucci et al., el mercado de los cafés especiales pasó de ser sencillamente un nicho de mercado, a convertirse en un verdadero segmento, del cual al menos 12 millones de sacos de los 120 millones de sacos de 60 kg de café que se consumen mundialmente, son de cafés especiales (Giovannucci, sin fecha).</p> <div data-bbox="831 1108 1365 1390" data-label="Figure"> <p><b>Consumo de café mundial</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>café</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>cafés especiales</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>Además, “la diferenciación puede representar una plataforma competitiva factible, especialmente en países que carecen de los factores necesarios para ser competitivos como productores masivos de materias primas. Estas estrategias orientadas al proceso se prestan acertadamente para muchos de los países productores más pobres y constituyen una oportunidad única para que los minifundistas rurales participen en los mercados globales mientras protegen sus recursos naturales”(Giovannucci et al., sin fecha).</p>	Categoría	Porcentaje	café	90%	cafés especiales	10%
Categoría	Porcentaje						
café	90%						
cafés especiales	10%						

Los programas de cafés especiales del Tolima son los siguientes:

Programas	Caficultores	kg de c.p.s	Categoría
Flo Sur Tolima	213	267	Comercio Justo
Cafinorte Orgánico	12	13	Orgánico
Mitsu	85	490	Origen
Rainforest Tolima	160	33	Medio Ambiente
Planadas Tolima	210	43	Origen
FLO UTZ Certified	1485	13	Sostenible

c.p.s.: café pergamino seco

Fuente: Prohaciendo, 2011

Esta iniciativa además, genera beneficios económicos, sociales e incluso ambientales. Como ya se indicó, los cafés especiales y/o orgánicos están apuntando a acceder a mercados de alto valor, con los cuales los pequeños productores de esta región pueden mejorar sus ingresos, y por lo tanto también su calidad de vida. Adicionalmente, participan de proyectos donde se busca involucrar a las poblaciones más vulnerables del territorio como son las mujeres y los jóvenes.

En materia de conservación medio ambiental, la iniciativa de cafés especiales se inserta en el Proyecto de Familias Guardabosques, el cual tiene un componente de conservación y recuperación de los bosques naturales, en los proyectos forestales “Río Magdalena” y la “Silvicultura como alternativa de Producción en la zona cafetera” con la cual se busca contribuir al balance hídrico y a la reducción de la erosión en las subcuencas del río Magdalena. Otro componente de este proyecto es el de producción más limpia en el sub-sector cafetero. (Federación Nacional de Cafeteros, 2008).

Por otra parte, también se tienen otros proyectos que buscan mejorar la productividad, calidad, competitividad y sostenibilidad de la actividad agropecuaria regional, elevando el nivel de vida de la población cafetera. (Federación Nacional de Cafeteros, 2008).



Fuente: (Juan Valdez, sin fecha)





Fuente: (Taza de la excelencia, sin fecha)

Incorporación de innovaciones

- Algunas innovaciones introducidas por el Comité Departamental de Cafeteros del Tolima son: i) creación de cooperativas de caficultores; ii) programa de apoyo a pequeños productores en Permanencia, Sostenibilidad y Futuro de la Caficultura; iii) Gestión empresarial; iv) Programa de Competitividad de la Caficultura; v) Programa de mejora del calidad del café desde la finca; vi) Programas de Cafés Especiales; vii) Investigación Participativa; viii) Sanidad Vegetal entre otros.
- Creación de la Iniciativa Cafenix: cuyo objetivo es mejorar la competitividad de las empresas y productores de café del Tolima, es decir, posicionarse de


	<p>mejor manera en el negocio del café, logrando que su actividad sea más rentable de forma sostenida en el largo plazo.</p>
<p>Potencialidades y limitaciones para la valorización de los activos.</p>	<p>Además de lo ya mencionado respecto a la articulación de mercados e importancia de los beneficios, las potencialidades del territorio para la valorización de este tipo de café son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La reputación creciente del Departamento del Tolima como productor de café en el país, y del Sur de Tolima como productor de cafés especiales destinados a mercados de alto valor.</li> <li>• Interés por parte de los gobiernos locales por comenzar a utilizar este producto que aglutina a la mayoría de los municipios del departamento, con fines turísticos, aunque hasta la fecha los avances son incipientes.</li> <li>• Los cafés especiales de este territorio ya han venido participando en diversos concursos donde su calidad ha sido reconocida y premiada frente a otros cafés especiales.</li> <li>• Colombia es un país con reputación por tener uno de los mejores cafés del mundo.</li> <li>• Se han venido haciendo mejoras en infraestructura relacionadas con el café.</li> </ul> <p>Sin embargo, hace falta mucho camino por recorrer en la consolidación del reconocimiento de Tolima y más aún, del Sur del Tolima, como productor del café. En este sentido, el territorio debe empezar a prepararse para competir con la reputación con la que cuenta, con zonas con reconocimiento indiscutido como el eje cafetero por ejemplo. Para ello, sería de utilidad la creación de una posible marca colectiva o una DO (denominación de origen) acompañada de un plan de medios que dé a conocer las bondades del producto.</p> <p>También es posible pensar en otros productos derivados del café especial tales como dulces, galletas, mermeladas, jaleas, licores, etc. Además, éste producto a futuro podría convertirse en un elemento de “atracción” para la generación de turismo ecológico, o de una segunda ruta del café en Colombia, especializada en el tema de cafés especiales y donde se aproveche no sólo al producto (cafés especiales) sino también al ambiente que lo rodea y que hasta el momento no ha sido utilizado turísticamente.</p> <p>Las principales limitaciones a las que se enfrenta el territorio en relación a esta iniciativa están relacionadas con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El tema de orden público de los municipios de la zona.</li> <li>• Deficiencias en la infraestructura vial para acceder a dichos municipios, y la dificultad para que los productores puedan llegar a los mercados.</li> <li>• Insuficiente oferta de servicios para el turismo (carencia de recursos y diálogo para llegar a arreglos institucionales que permitan promover el turismo).</li> <li>• Frente al tema de creación de marcas colectivas o de DO la principal limitante consiste, principalmente, en la falta de información de los pequeños productores frente al tema de protección a la propiedad industrial y los beneficios derivados de ello.</li> </ul>


**Cuadro 4 Festival del Loro Orejiamarillo y la Palma de Cera de Roncesvalles.**

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Ubicación de la iniciativa	<p>El festival tiene lugar en el municipio de Roncesvalles y se celebra anualmente durante el fin de semana previo a la llegada de Semana Santa. A través de la celebración de este evento se busca concientizar a la población sobre la importancia de los recursos naturales endémicos del territorio: el Loro Orejiamarillo y la Palma de Cera, además de preservar la cultura musical del municipio.</p>
Proceso de conformación tiempo de consolidación del proceso.	<p>Este festival se institucionalizó en el municipio de Roncesvalles el año 2006 y surge de una iniciativa de conservación implementada por la Fundación ProAves desde el redescubrimiento del Loro Orejiamarillo (<i>Ognorhynchus icterotis</i>) el 18 de abril de 1999 en dicho municipio. (Mincultura, sin fecha).</p> <p>Desde entonces el festival tiene por objeto sensibilizar y educar a diferentes sectores de la comunidad a través de metodologías didácticas y participativas que generen conciencia y sentido de pertenencia por la Palma de Cera, símbolo patrio de Colombia y último hábitat del Loro Orejiamarillo, especie críticamente amenazada de extinción (Mincultura, sin fecha).</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fuente: (Municipio de Roncesvalles)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fuente: (MinCultura, sin fecha)</p> </div> </div>
Actores involucrados en las actividades.	<p>Como se mencionó antes, esta iniciativa fue promovida por ProAves, institución privada de desarrollo, y actualmente cuenta con apoyo del Programa Nacional de Concertación del Ministerio de Cultura y el gobierno local del Roncesvalles, así como delegaciones de otras regiones: Calarcá Quindío, Valle, Risaralda; entidades no gubernamentales, medios de comunicación a nivel local, nacional e internacional; además de instituciones internacionales como American Bird Conservancy, Fundación Loro Parque, Disney Wildlife Conservation Fund, entre otros.</p> <p>En el festival se llevan a cabo, entre otras actividades: desfiles de carrozas, comparsas, exposiciones de artesanías, pintura, literatura, danzas, música folclórica, con la participación de jóvenes del municipio.</p>
Articulación a mercados e importancia de los beneficios.	<p>A pesar de que no se cuenta con cifras oficiales al respecto, se estima que las actividades que se llevan a cabo en el festival junto a los servicios de gastronomía y alojamiento, generan anualmente ingresos temporales para los pobladores del municipio, y podrían motivar la creación de empresas más sólidas relacionadas con estos rubros y otros como la fabricación de disfraces, grupos musicales, de danzas, etc.</p> <p>Además de los beneficios económicos temporales, la iniciativa genera otro tipo de beneficios intangibles como la confraternidad de la población del territorio en torno a la valorización y conservación de su patrimonio, y los consecuentes efectos en cuanto a la preservación de esta especie de aves.</p>

<p>Potencialidades y limitaciones para la valorización de los activos.</p>	<p>Algunas de las potencialidades con las que cuenta esta iniciativa para desarrollarse son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo político a nivel nacional por parte del Ministerio de Cultura, y a nivel local del Gobierno del Municipio de Roncesvalles.</li> <li>• Riqueza del patrimonio natural y el paisaje, que contribuyen a la promoción del festival.</li> <li>• Creciente conciencia en la población sobre la necesidad de preservar el patrimonio que posee.</li> </ul> <p>Limitaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El tema de orden público en el Sur del Tolima.</li> <li>• La falta de infraestructura vial terrestre, infraestructura turística (hoteles, restaurantes) e infraestructura de servicios de salud.</li> <li>• El poco reconocimiento de este festival a nivel departamental y nacional.</li> </ul>
--	---

**Cuadro 5 La cultura indígena de los Pijaos en los municipios del sub-territorio del triángulo del Sur del Tolima y sus productos**

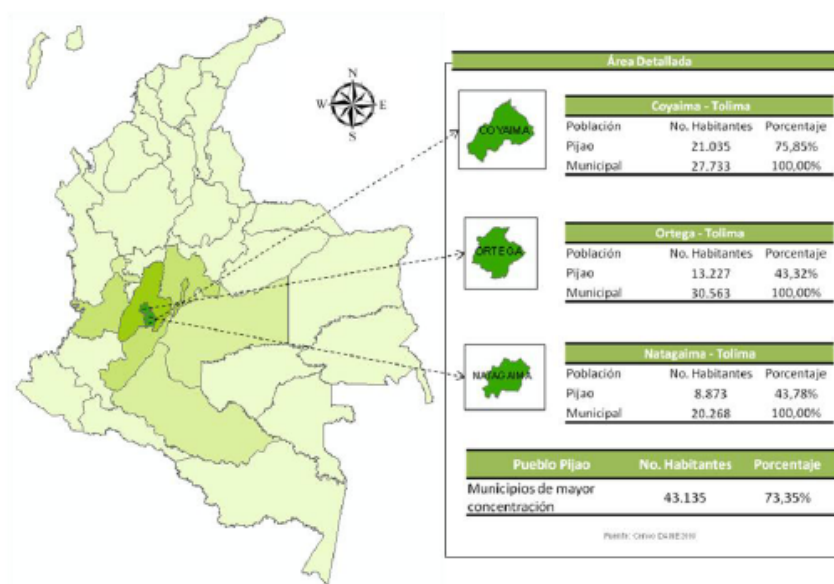
VARIABLES	DESCRIPCIÓN
<p>Ubicación de la iniciativa</p>	<p>Según el Censo DANE 2005, la cultura indígena Pijao cuenta con 58.810 personas auto-reconocidas como tal (51,3% hombres y 48,7% mujeres) las cuales se concentran en los 3 municipios del sub-territorio del Triángulo del Sur del Tolima constituyendo el 90,1% de su población. (Min. Cultura, 2010). La cultura Pijao ha estado presente en los municipios de Ortega, Natagaima y Coyaima desde épocas pre-colombinas.</p>
<p>Proceso de conformación tiempo de consolidación del proceso.</p>	<p>Las iniciativas de valorización de la cultura Pijao son todavía incipientes, aunque con muchas potencialidades, y están relacionadas principalmente con las fiestas de uno de sus productos tradicionales la “Chicha”.</p>
<p>Actores involucrados en las actividades.</p> <p>Mujer indígena Pijao fabricando artesanías.</p>  <p>Fuente: (Taller Estudio Q, sin fecha).</p>	<p>Actualmente el pueblo Pijao recibe apoyo de diversas entidades del gobierno como el Ministerio de Cultura, con programas como el convenio existente entre Artesanías de Colombia y Coruniversitaria, iniciado en 1995, que busca ofrecer asesoría a este pueblo indígena en temas de organización, productividad, desarrollo humano, diseño y técnicas artesanales, con el objeto de promover los oficios de manufactura haciendo que se recuperen los conocimientos tradicionales de su cultura (SINIC, sin fecha).</p> <p>Asimismo, Acción Social otorga subsidios al pueblo Pijao con la finalidad de fortalecer, principalmente, a las mujeres que son el grupo más vulnerable de este pueblo indígena.</p> <p>La elaboración de artesanías está a cargo, principalmente, de las mujeres, por lo que el convenio de fortalecimiento para la producción de Artesanías, está orientado principalmente a ellas.</p>
<p>Articulación a mercados e importancia de los beneficios.</p>	<p>En general la artesanía y la “chicha” se comercializan a nivel local. Las artesanías todavía no cuentan con ningún elemento particular que las</p>

<p>Cestería</p>  <p>Fuente: (SINIC, sin fecha)</p>	<p>diferencie de artesanía de otras regiones de Colombia. Por su parte, la “chicha” ha comenzado a tener mayor articulación con otros mercados debido a la celebración de las Fiestas de este producto en los municipios del Triángulo del Sur del Tolima. Sin embargo, se trata todavía de una fiesta poco conocida dentro del departamento y, aún menos, a nivel nacional.</p> <p>Ambas actividades son fuentes de ingresos extra dentro de la economía de de las familias del pueblo Pijao. Aunque no se dispone de mayor información cuantitativa<sup>11</sup> al respecto, la producción de artesanías genera ingresos que contribuyen al sostenimiento de esta comunidad. De igual forma, la fiesta de la “chicha” tradicional, genera ingresos extra, durante los días que dura esta celebración.</p> <p>La elaboración de los productos artesanales y la celebración de esta fiesta, contribuye a mantener, manifestar y fortalecer las tradiciones de esta población indígena.</p>
<p>Potencialidades y limitaciones para la valorización de los activos.</p>	<p>Existen varios aspectos que facilitarían el fortalecimiento de la iniciativa de la cultura Pijao como un posible factor de desarrollo del territorio, entre los que podemos mencionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El hecho de que se trata una cultura indígena concentrada mayoritariamente dentro del departamento y en el territorio del Sur del Tolima en particular, con el cual se identifica a los pueblos originarios de este departamento.</li> <li>• A nivel político existe interés en mejorar las condiciones de vida de estos pueblos tradicionalmente marginados y vulnerables. Por ejemplo, a través de políticas como la de Turismo Social y la de Turismo y Artesanías del Viceministerio de Turismo por medio de las cuales se planea entre otros aspectos: i) apoyar la creación y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas dedicadas al turismo social, con especial prioridad en los territorios con presencia de comunidades étnicas, como forma de incentivar el turismo comunitario en las poblaciones receptoras; ii) promover programas de responsabilidad social empresarial que privilegien la participación de las empresas en el desarrollo de iniciativas de turismo social; iv) evitar la pérdida paulatina de las tradiciones culturales, apoyando el desarrollo sostenible del sector artesanal.</li> <li>• La existencia de instituciones interesadas en apoyar a la comunidades indígenas y la preservación de sus tradiciones (por ejemplo ayudándoles a innovar en los diseños de sus artesanías como es el caso de la Fundación Bavaria que invertirá más de U\$ 5 millones en el rescate de diversas técnicas tradicionales del país).</li> </ul> <p>Las principales limitaciones que enfrenta esta iniciativa están relacionadas con las dificultades de comunicación y acceso vial al sub-territorio del Triángulo del Sur del Tolima.</p>

<sup>11</sup> En Artesanías de Colombia, entidad de economía mixta, adscrita al Ministerio de Comercio, industria y Turismo, la mayor parte de la información del departamento de Tolima que se encuentra corresponde al municipio de Chamba (Tolima) productor de artesanías en cerámica y en muy pocos casos de otro tipo de artesanías del departamento





Mapa No 3. Ubicación y concentración del Pueblo Indígena Pijao en Colombia y el Departamento del Tolima



Fuente: MinCultura, 2010

**Cuadro 6 Parque Nacional Natural Las Herosas**

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Ubicación de la iniciativa	Este parque se encuentra ubicado en los departamentos del Tolima (en un 80%) y el Valle del Cauca (el restante 20%). Los municipios de los cuales hace parte son Rioblanco, Planadas y Chaparral en el Tolima y Palmira, Buga, El Cerrito, Tuluá y Pradera en el Valle del Cauca.  Tiene una extensión de 125.000 hectáreas y 3 tipos de ecosistemas dado que su altitud va de los 1.600 a los 4.500 msnm. (Parques Nacionales, sin fecha).
Proceso de conformación tiempo de consolidación del proceso.  P.N.N Las Herosas  Fuente: (Parques Nacionales, 2009)	Fue declarado Parque Nacional en 1977, y es uno de los paisajes más hermosos del territorios del Sur del Tolima, pero es poco visitado y bastante desconocido por la presencia de grupos guerrilleros..  Se creo para la protección de más de 300 lagunas y numerosos ríos; alberga especies de flora y fauna endémicas así como especies en peligro de extinción (la creación de este parque pretende conservar ecosistemas únicos de gran valor como lo son el bosque de niebla y páramo). (Colombia, sin fecha). Carece de infraestructura para recibir visitantes pero se puede acampar.  El proceso de valorización de esta iniciativa es todavía incipiente.
Actores y Redes relacionadas con la iniciativa  P.N.N. Las Herosas  Fuente:(Parques Nacionales,2009)	La iniciativa hace parte de la Red de Parques Naturales Nacionales y tiene acuerdos con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, para el desarrollo de acciones de diagnóstico y planificación conjunta: Tolima (Gobernación y CORTOLIMA para apoyar SIDAP), Roncesvalles (propietarios, Proaves y Alcaldía para el Sistema Local de Áreas Protegidas), Tuluá (Propietarios, Alcaldía, Fundación Río Tuluá Morales, Fundebasa, Fundación Río Bugalagrande y Asociación La Montaña para conservación de cuencas, ordenamiento, reconversión de fincas), Pradera (Alcaldía, Asobolo, Fundación Zoológico de Cali, CVC, sector educativo, cabildo indígena Nasa, JACs y AMUC para consolidación del sistema municipal de áreas protegidas, educación ambiental) (Parques Nacionales, 2009).

Articulación a mercados e importancia de los beneficios.	<p>Por el momento este parque no está articulado con ningún circuito de iniciativas de valorización relacionadas, por ejemplo, con gastronomía, hotelería, guías turísticos u otras, por lo que los beneficios que genera a nivel económico son, todavía, limitados. Los principales beneficios del parque están vinculados a la conservación del medio ambiente particularmente en lo que se relaciona a la conservación de especies endémicas y en vía de extinción.</p> <p>Este activo natural podría llegar a convertirse en una fuente de ingresos importante a futuro para los pobladores del lugar.</p>
Facilidades y restricciones para la valorización.	<p>Algunos puntos a favor de la valorización de esta iniciativa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La riqueza de la biodiversidad y la belleza del lugar: se trata de un paisaje único en la zona, con una extensión importante que está siendo utilizada y aprovechada sólo mínimamente.</li> <li>• Forma parte de la Red de Parques Nacionales desde hace más de tres décadas lo que podría aprovecharse para promocionarlo a nivel departamental, nacional e internacional.</li> <li>• Existe un buen nivel de participación de actores sociales en los procesos de manejo del Parque.</li> </ul> <p>Las principales limitaciones a las que se enfrenta el Parque tienen que ver con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El tema de orden público.</li> <li>• Se encuentra bastante alejado de la capital del departamento.</li> <li>• La ocupación y tenencia de la tierra de campesinos al interior del parque como producto de procesos históricos de poblamiento previo a la declaratoria de la zona como Área Protegida de Conservación estricta.</li> </ul>

### 3. Estrategia articuladora de DTR-IC

En esta sección se presenta la Estrategia Articuladora de DTR-IC construida a partir de los siguientes insumos: i) el listado de activos culturales y naturales, que se incluye en la primera parte del documento y que se desarrolló a partir de información proporcionada por los municipios del Territorio; ii) la propuesta de Estrategia Articuladora de DTR-IC elaborada por Rimisp a partir de los insumos suministrados por los actores territoriales iii) la retroalimentación recibida con respecto a esta propuesta, en el Taller Multi-actoral llevado a cabo el día 26 de abril de 2011 en Ibagué (Tolima).

Debido a los problemas de seguridad en el territorio<sup>12</sup> no se pudo realizar la “Gira Vivencial”<sup>13</sup> programada en la segunda etapa de la asesoría, por lo que se tuvo que ajustar la propuesta recurriendo a fuentes alternativas: por un lado, la recopilación más amplia de información secundaria y por otro, los aportes de informantes clave<sup>14</sup>, con quienes se realizaron entrevistas presenciales en la ciudad de Ibagué. Con los demás municipios, dada la dificultad de ingresar a terreno, se realizó una encuesta virtual (adicional al cuestionario inicial, orientado a recopilar información sobre los activos culturales y naturales) enfocada específicamente en recabar

<sup>12</sup> En el Anexo 3 se incluye el comunicado de alerta, respecto a una posible acción de la guerrilla, recibido por la Gobernación del Departamento el día previo a la realización de la Gira Vivencial.

<sup>13</sup> Cuya realización estaba programada durante la última semana del mes de marzo.

<sup>14</sup> Algunos de ellos fueron: Gabino Bulla, Presidente de ASIAUT (Asociación De Ingenieros Agrónomos Egresados De La Universidad Del Tolima) experto en el tema de café y cafés especiales en el Sur del Tolima, David Chamat (Coordinador del Comité de Gestión del MDRT de la CAN en Colombia), Carlos Laserna y Vanesa Zapata, tolimeses y habitantes de Ibagué (capital del Tolima) quienes fueron entrevistados para conocer su opinión sobre el potencial turístico del Sur del Tolima.

información acerca de productos con IC con potencialidades de convertirse en “embajadores del territorio” a nivel departamental y nacional.

A partir de estos insumos, se estructuró la Estrategia Articuladora de DRT – IC, la cual incorpora las particularidades existentes respecto a la IC, tanto del Sub-Territorio del Sur del Tolima, como del Sub-Territorio del Triángulo del Sur del Tolima<sup>15</sup>. Dicha estrategia plantea dos componentes:

- Componente basado en una “canasta de bienes y servicios” comercializados in situ en el que el turismo podría ser el articulador de varias posibles iniciativas.
- Componente basado en productos individuales comercializados ex – situ

La Estrategia Articuladora propuesta, constituye un conjunto de actividades clave definidas a partir de: i) las posibilidades de complementación y articulación de las iniciativas de valorización de activos culturales y naturales identificadas en el territorio; ii) los "cuellos de botella" que enfrentan estas iniciativas; iii) el tipo de incentivos que requieren para desarrollarse; y iv) el consenso local logrado en cuanto a su identificación y priorización. La Estrategia está orientada a potenciar estas iniciativas a través de la incorporación de innovaciones de distinta naturaleza, para escalarlas.

**a) Componente basado en una “canasta de bienes y servicios” comercializados in situ en el que el turismo constituye el articulador de varias posibles iniciativas<sup>16</sup>.**

Este componente plantea aprovechar los activos culturales y naturales presentes en el territorio, como elementos de “atracción” para visitantes. La idea es articular a través del turismo las iniciativas con mayor potencial, para obtener mayores beneficios que los que se están generando actualmente de manera dispersa y poco organizada.

Al respecto se proponen diferentes posibilidades, que pueden ser combinadas de diversas maneras:

1. Difusión y extensión de la riqueza musical, por la cual se reconoce el Tolima, hacia el Sur especialmente a Ibagué, por medio de la creación de un circuito de turismo de tipo Cultural que, además, aprovecharía las ferias y fiestas que se celebran a lo largo del año en los 11 municipios del Territorio (Ver Anexo 7). Se podría pensar en incluir algunos municipios del Sur del Tolima, en la oferta de turismo religioso existente en el país.
2. Turismo de tipo Natural (Agro-turismo) o turismo de aventura promovido durante todo el año (o durante los meses de mejor clima) por medio de visitas a sitios como el Parque Nacional Natural Las Hermosas y los diferentes sitios de riqueza hídrica existente a lo largo del territorio (ríos, cascadas, lagos, charcos, etc.).

<sup>15</sup> Al respecto ver el mapa No. 1 de la sección 1 del presente documento.

<sup>16</sup> La Estrategia de “canasta” implica la valorización integral de la identidad de un territorio a través de una oferta articulada de bienes y servicios. Se caracteriza por: i) la existencia de redes horizontales (en el territorio); ii) estrategia más adecuada cuando los bienes que se quieren valorizar son inmóviles (costumbres locales, sitios arqueológicos); iii) no son los bienes sino los consumidores “los que viajan”; iv) estrategia más adecuada para conseguir objetivos múltiples: económicos pero también sociales y medioambientales; v) involucra más directamente actores públicos y de la sociedad civil; vi) no es importante la certificación, lo es más la presencia de actores capaces de mediar entre culturas diferentes (local y extra-local); vii) efectos sobre el territorio no sólo en términos económicos (la renta territorial se reparte entre más actores) sino también en términos de crecimiento de la autoestima y la intensificación de los vínculos sociales (Acampora y Fonte, 2007).

3. Creación de un circuito turístico temático que inicialmente estaría relacionado con los cafés especiales del Sur del Tolima (pero que estaría abierto a otras posibilidades y/o productos con origen territorial o cultural), circunscrito a los municipios más emblemáticos en este tema.
4. Establecimiento de un circuito turístico alrededor de la cultura Pijao, sobre la base de que el triángulo del Sur del Tolima, es el territorio con mayor representatividad de esta población indígena en el país.

Sin embargo, la viabilidad de este componente, en el corto plazo es muy limitada debido, principalmente, a la inseguridad existente en el departamento, particularmente en el Sur del Tolima, y de manera específica el sub-territorio del Sur del Tolima. Por lo tanto, el circuito turístico alrededor de la Cultura Pijao por estar ubicado en la zona del Triángulo del Sur del Tolima, es la opción que tiene mayores probabilidades por el momento puesto que es la zona con mayor seguridad según opinión de los actores locales.

Actualmente, el Sur del Tolima no ofrece las condiciones ni las garantías para competir con otros destinos turísticos del mismo departamento o del país, en términos de poder atraer visitantes e inversiones, por lo que se tendrían que superar, al menos, las limitaciones relacionadas con:

- La falta de garantías para los turistas y emprendimientos, en el tema de orden público.
- La falta de infraestructura vial.
- La insuficiente cobertura de servicios básicos y de infraestructura para turismo: hospedajes, alimentación, servicios de comunicación, servicios de salud, etc.
- El escaso reconocimiento a nivel departamental y nacional como destino turístico.

#### Box No. 1 Algunos requisitos básicos para impulsar el turismo

- Seguridad en el territorio.
- Contar con Activos Culturales y/o Activos Naturales (atractivos únicos que diferencien al territorio de otros) y que funjan de “ganchos de atracción al territorio” incluso antes de llegar a los territorios como tal.
- Existiendo estos factores de atracción, se debe garantizar que exista infraestructura turística, infraestructura vial, de comunicaciones, de salud entre otros, que permita a los turistas/ inversionistas llegar a donde estos activos se encuentran, tener una estadía confortable y segura y salir del territorio en el momento en el que lo deseen.
- Una vez los turistas han podido llegar al territorio, atraídos por Activos Culturales y Naturales que hacen diferente al territorio de otros similares, es posible ofrecer toda clase de bienes y servicios cargados con IC o con arraigo territorial con los que el territorio cuenta.

#### a) Componente basado en productos individuales comercializados ex – situ.

Este componente se centra en la valorización de los activos que: i) ya gozan de cierta reputación dentro y fuera del territorio por contar con unas cualidades específicas reconocidas; ii) pueden fungir como “embajadores” del territorio, al “viajar” fuera de él representándolo; iii) contribuirían a rescatar la identidad cultural o de origen territorial que actualmente está en riesgo por la imitación o falsificación de dichos productos, dada su reconocida calidad.

Los productos del Territorio a ser valorizados, inicialmente, son:

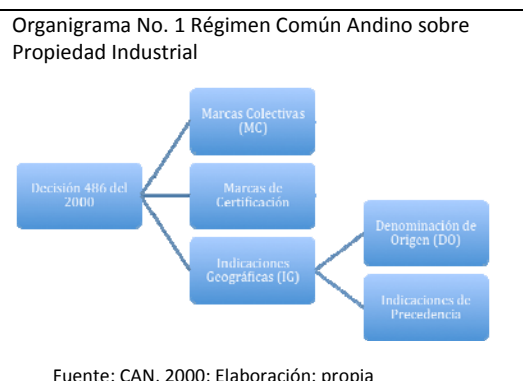
**Cuadro 7 productos del Territorio a ser valorizados**

Productos	Municipios a los que pertenecen
Cafés especiales	Ataco; Chaparral; Ortega; Planadas; Río Blanco; Rovira; San Antonio
Cacao	Chaparral
Quesillo	Roncesvalles
Chicha	Sub-territorio Triángulo del Sur del Tolima
Achiras	Chenche Asoleado (Purificación); Coyaima
Artesanías de la cultura Pijao	Sub-territorio Triángulo del Sur del Tolima

Fuente: Elaboración propia.

El componente plantea en síntesis: i) **mejorar la calidad de los productos** con IC a partir de la incorporación de innovaciones, para facilitar su inserción en el mercado; ii) buscar la **articulación entre productores** de un mismo rubro y también entre asociaciones de productores de la región para vincular la comercialización de productos que podrían resultar complementarios y ser ofertados de manera complementaria, por ejemplo Café y Cacao Especial; iii) avanzar en la **creación de una marca atractiva** comercialmente que también transmita el tema de la IC; iv) al contar con la imagen de la marca, iniciar el **mercadeo de los productos con IC**, con el objetivo de hacerlos conocer a nivel local pero también a nivel departamental y nacional aprovechando el hecho de que ya tendrán una marca que les permitirá diferenciarse en el mercado, y sacar provecho de la reputación y calidad que han venido obteniendo hasta la fecha; v) avanzar en la **apertura de mercados** para lo cual se requerirá de una asesoría especializada (dependiendo del producto que se trate); vi) **ampliar la posible demanda de estos productos**, facilitando su ingreso en mercados de diversas clases: productos especializados: productos típicos, productos orgánicos; supermercados, entre otros. Un ejemplo de estos temas que ya ocurre en Colombia con el caso del bocadillo veleño<sup>17</sup> puede apreciarse en el Box No. 2

Para operativizar la estrategia se cuenta con las herramientas que brinda la Decisión 486 del 2000 de la CAN en materia de Propiedad Industrial, dentro de la cual se regula el tema específico de las Marcas Colectivas (MC), marcas de certificación y las Indicaciones Geográficas (IG) las cuales permiten la diferenciación y valorización de la IC de los productos. Estas últimas como un género, que comprende dos especies: las Denominaciones de Origen (DO) y las indicaciones de procedencia<sup>18</sup>. Para los efectos del componente, se propone trabajar a partir de dos signos distintivos: i) la **Denominación de Origen**: (un ejemplo de una DO es “Café de Colombia” y más recientemente también “Café de Nariño” y “Café de Cauca”); ii) las **Marcas Colectivas y Marcas de Certificación**. A modo de ejemplo una Marca Colectiva en Perú es la marca “Chirimoyas Cumbe”, que pertenece a los pobladores de este municipio y por la cual todos ellos reciben directamente, los beneficios de vender de manera diferenciada, este producto cuya calidad es reconocida a nivel nacional<sup>19</sup>. Es



<sup>17</sup> En Colombia, se le llama bocadillos o “veleños” al dulce que se produce de la guayaba madura, la cual mediante cocción logra una textura dura y un color rojo brillante. El nombre de “veleños” hace referencia al lugar de origen de estos dulces típicos: la provincia de Velez en el departamento de Santander

<sup>18</sup> En el Anexo No. 4 se presenta mayor información sobre este tema.

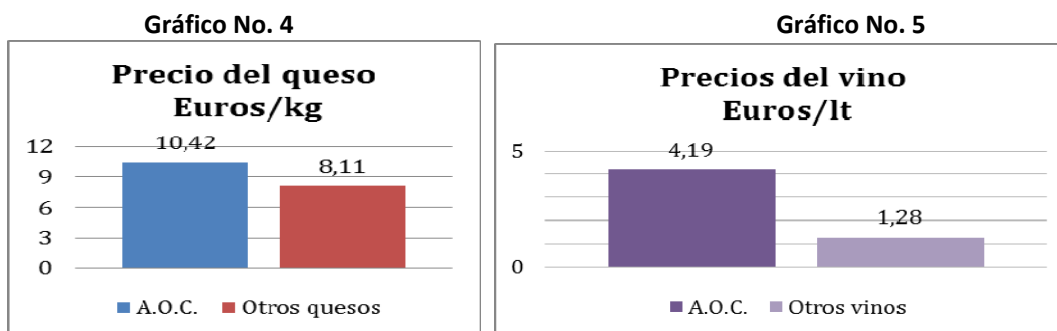
<sup>19</sup> Para profundizar sobre este ejemplo de Marcas Colectivas exitosas por favor revise el Anexo 5. Para conocer otros ejemplos de Marcas Colectivas en otro de los países de la CAN y quizás uno de los más avanzados en esta temática : Perú por favor revise el Anexo 6.

justamente de experiencias como estas, de las que podrían beneficiarse los pequeños productores del Sur del Tolima con algunos de sus productos típicos. De igual forma, el ejemplo de la Federación Nacional de Cafeteros con la DO, también debería ser imitado por otros gremios y autoridades nacionales y regionales, para que la gestión de signos distintivos como las DO, se constituya en un verdadero instrumento de marketing regional y de las políticas agrícolas del país.

Los beneficios de experiencias de protección a la IC por medio de herramientas como los IG (Indicadores Geográficos), ya son una realidad y pueden apreciarse en la UE (Unión Europea) en términos económicos, ambientales y de desarrollo local. En países como Francia por ejemplo, la diferencia entre productos con IG versus aquellos que no la tienen llega a ser hasta de un 30% en el precio del producto, y a lo largo de toda la cadena de producción garantizando así el beneficio para los pequeños productores. Otra ventaja del uso de los IG que ha podido observarse en la UE, está relacionada con una mayor protección a la biodiversidad de los territorios de cultivos con IG y adicionalmente, el aumento más acelerado del valor de las tierras de cultivo comparado con el aumento del valor de tierras que cultivan el mismo producto pero que no cuentan con una IG (García, 2007). De hecho, el país ya cuenta con un estudio que identificó el potencial de varios productos en los sectores agrícola, agroindustrial y artesanal, que pueden acudir a este tipo de protección de treinta productos que pueden cumplir con los requisitos básicos de una DO y/o una MC, como las cebollas “Ocañeras”, el queso “Paipa”, el banano; dentro de los cuales podrían incluirse los productos del Sur del Tolima, por tratarse de productos que poseen una calidad y reputación especial, derivada esencialmente del medio geográfico en el cual se producen, incluidos los factores naturales y humanos (García, 2007).

Como puede apreciarse en los Gráficos No. 4 y 5, la diferencia entre productos como el queso con Denominación de Origen Controlada (AOC por sus siglas en francés), puede llegar a ser en promedio del 30% del valor del producto. Para productos como el vino, como se aprecia en el gráfico No. 5, la diferencia puede incrementarse de manera importante.

#### Incremento del precio de productos con IG



Fuente: Cuadro 4: Panel SECODIP 2002 y Cuadro 5: Datos de Exportación (1999 al 2001) citados en García (2007).



No obstante, es importante no perder de vista aspectos difíciles, o potencialmente conflictivos, de adelantar procesos de DO como podría ser el hecho de que quienes no reúnan los requisitos exigidos para obtener dichos sellos de diferenciación estarían excluidos de los beneficios obtenidos. Además, también vale la pena tener presente que procesos de este tipo requieren de un trabajo constante para mantener la calidad que ha sido merecedora del signo distintivo y por lo tanto, deberá dársele la atención que requieren por ser diferenciados y especiales.

En el caso de algunos de los productos agrícolas, como el café, el cacao y el queso sería interesante aprovechar su reputación no sólo para lograr la protección de éstos con DO o MC, sino también para pensar en la posibilidad agregarles valor ampliando la cadena de beneficiarios e incrementar los ingresos obtenidos. Una posibilidad sería por ejemplo la producción de mermeladas, galletas, dulces, como ya está ocurriendo en el caso de otros departamentos como el Quindío y su café.

La propuesta busca beneficiar, particularmente, a la población tradicionalmente marginada de las estrategias tradicionales de desarrollo, como las mujeres, jóvenes e indígenas, de las zonas rurales del territorio y que se dedican a la producción artesanal de estos productos, percibiendo escasos beneficios, por la forma de comercialización (venta únicamente local, masificada sin diferenciación).

Este componente de la Estrategia articuladora, podría también convertirse en un primer paso o un puente para promover el turismo. Pues a través del mismo sería posible dar a conocer el territorio a partir de sus productos, los cuales al ir adquiriendo reputación y presencia en mercados diversos a nivel nacional, podrían suscitar el interés de visitantes interesados en conocer el lugar de origen de los mismos, además de atraer posibles inversiones..

**Box No.2**  
**Marca BOCATELLO en la provincia de Vélez, Santander (Colombia)**



**Marca Bocatello**      **Provincia de Vélez (Santander)**

**BOCATELLO** constituye la **marca comercial** de **ASOVELEÑOS**, Asociación de Productores de Bocadillo Veleño creada con el propósito de mejorar procesos de compra, transformación, procesamiento, empaque y comercialización de bocadillos, jalea y pulpa de guayaba. Actualmente Asoveleños se compone de 25 empresas que trabajan unidas para solucionar los problemas que se presentaban en su sector con temas como: nivel tecnológico, margen de maniobra en procesos de compra de insumos y de comercialización, diversificación de productos y por último, la calidad y presentación de los empaques que éstos utilizaban. A través de la marca colectiva BOCATELLO, los productores de bocadillo Veleño asociados han logrado:

- Mejoramiento de empaques y preservación de los productos
- Apertura de nuevos canales de comercialización
- Alianzas con mercados en grandes superficies
- Actividades de producción y comercialización conjuntas e integradas
- Pago justo y oportuno a los proveedores y a los fabricantes
- Participación de los productores en giras y eventos
- Distribución de utilidades proporcionales al volumen comercializado por cada asociado
- Estrategias como calidad del producto, cumplimiento, confianza, imagen institucional, búsqueda continua de oportunidades, transferencia de tecnologías, asistencia técnica.
- Logística de distribución, empaque, precio, plaza, publicidad, calidad, impulso y promoción en todos los segmentos de mercado.
- Consolidación de un plan de negocios
- Formulación y gestión de proyectos acordes a las necesidades del sector y de las empresas asociadas.
- Participación en la mesa de competitividad del sector.

Fuente: Bocatello, sin fecha.

No obstante, en esta experiencia está ausente el componente que ofrece la marca colectiva como herramienta de protección a la propiedad industrial, es decir, el **servir para “distinguir el origen o cualquier otra característica común** de productos y servicios pertenecientes a empresas diferentes que lo utilizan bajo el control de un titular” (CAN, 2000). Al utilizar el nombre Bocatello, quizás por desconocimiento de la existencia de la Marca Colectiva, los asociados de ASOVELEÑOS están dejando de aprovechar los beneficios que este signo distintivo ofrece; ya que el nombre de la marca que eligieron, en idioma extranjero además, no transmite ni recuerda las bondades que sí tienen estos productos típicos por ser elaborados de manera genuina en el territorio que ostenta el título de productor de este dulce artesanal en Colombia desde antaño. Por lo tanto, es probable que dicha asociación, a pesar de todos sus logros, quizás esté dejando de percibir los mayores ingresos que la diferenciación le otorga a los productos artesanales por su origen territorial o los vínculos auténticos con la IC.

#### 4. Agenda consensuada

La agenda que se presenta a continuación, cuyos insumos se recogieron durante las entrevistas a informantes clave y en el taller de presentación y concertación de la Estrategia articuladora de DTR-IC; y la Agenda Operativa, corresponden al componente basado en productos individuales comercializados ex situ, que constituye la alternativa más viable por el momento.

Cuadro 8 Incentivos para la transformación productiva e institucional		Responsable/s
Corto plazo: un año	Apoyo a los procesos de asociatividad y/o fortalecimiento de las actuales asociaciones de pequeños productores que trabajan con la elaboración de los productos susceptibles de recibir una MC o una DO del territorio, a través de capacitación y el uso de otras herramientas como la metodología de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) para la creación de “Consortios de Origen” <sup>20</sup> .	Productores asociados; Secretaría de Agricultura
	Capacitación a los actores relevantes del territorio vinculados con la valorización de la IC, en la temática de Signos Distintivos como: requisitos, plazos, beneficios etc. y otros aspectos a tener en cuenta para el desarrollo de un Signo Distintivo.	SIC (Superintendencia de Industria y Comercio).
	Sobre la base de los avances logrados en el punto anterior, impulsar la conformación de un comité con representantes de las asociaciones interesadas en la creación de marcas colectivas para sus diferentes productos, a través de asistencia técnica especializada.	Productores y Alcaldías.
	Inclusión de la temática de IC dentro de la Iniciativa Regional de Competitividad del Tolima (IRCT) con el objetivo de que a través del Nuevo Fondo Nacional de Regalías se otorguen recursos a este tipo de iniciativas, para lo cual se deberán formular y presentar Proyecto a la IRCT.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Dirección Nacional de Competitividad; Gobernación de Tolima.
Mediano plazo: 3 años	Proporcionar asistencia técnica, legal y capacitación a los pequeños productores para mejorar los procesos, los rendimientos y la calidad actual de los productos con IC.	Productores; Secretaría de Agricultura; Secretaría de Cultura; Artesanías de Colombia; SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje); Área de RSE del Empresas del Sector Privado; INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia a Medicamentos y Alimentos).
	Creación, revisión y/o perfeccionamiento de los estatutos o reglamento de uso de las Marcas Colectivas de aquellos productores que deseen obtener este tipo de instrumentos, a través de una asesoría especializada e intercambio de experiencias. Para el efecto se requiere del apoyo legal de la SIC.	Productores; Alcaldías Locales; Asesoría de SIC (productores de otros países que puedan transmitir sus experiencias).

<sup>20</sup> Los consorcios de origen son alianzas voluntarias de productores individuales, empresas o cooperativas de una misma región con el objetivo de valorizar conjuntamente un producto tradicional de origen. Los consorcios pueden agrupar a operadores económicos de uno o de varios eslabones de la cadena de valor territorial (ONUDI, 2011).



	Capacitar a los pequeños productores en temas de mercadeo y ampliación de mercados de los productos con IC del Sur del Tolima.	Cámara de Comercio de Ibagué; SENA; Ministerio de Comercio Industria y Turismo; Propaís (Corporación para el desarrollo de las microempresas); Fomipyme (Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas).
	Realizar estudios de mercado donde los productos con IC encuentren nichos de mercado a nivel local, departamental y nacional, así como supermercados tipo Carrefour y otros de las capitales del país.	Pequeños productores; Alcaldías; Cámaras de Comercio; Empresas del Sector Privado.
Largo plazo: Más de 3 años	Elaboración de una estrategia de marketing territorial, que permita posicionar una “marca territorial” que articule a través de la IC los productos del Sur del Tolima para su promoción a nivel departamental y nacional. Para el efecto se requerirá de una asesoría especializada.	Viceministerio de Turismo; Secretaría de Turismo; productores; Proexport (Entidad encargada de la Promoción del Turismo, Inversión y Exportaciones); Colombia es Pasión; Propaís.
	Impulsar la creación de una dependencia encargada del tema de Productos con IC, dentro de la Secretaría de Agricultura u otra dependencia del gobierno departamental que permita dar apoyo constante y divulgación a esta temática en el departamento y a nivel nacional; para lo cual se requerirá realizar gestiones en la gobernación y Secretarías de Agricultura y de Cultura.	Secretaría de Agricultura; Secretaria de Cultura; Gobernación.

#### 4. Ficha de lineamientos de acción

Sobre la base del conjunto de elementos surgidos en la agenda consensuada, se proponen los siguientes lineamientos de acción para iniciar la ejecución de la Estrategia articuladora:

<b>Ficha de lineamientos de acción</b>
<b>Objetivo general:</b>
Reconocer y valorar la Identidad Cultural del territorio del Sur del Tolima de manera sostenible, por medio del uso de herramientas como las DO y las MC a través de las cuales se protegerá la calidad, la reputación y el origen de los productos con IC del territorio, convirtiéndolos así en una alternativa de desarrollo y de mejores ingresos, especialmente para las poblaciones en condiciones de pobreza y/o marginación.
<b>Componentes</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo y fortalecimiento de asociaciones de productores de bienes con IC</li> <li>2. Desarrollo de capacidades de los actores locales</li> </ol>

#### Componente 1:

A través de este componente se busca apoyar los procesos de asociatividad y fortalecer las organizaciones de productores que actualmente se encuentran funcionando, y el capital social en el Sur del Tolima, permitiendo así a los pequeños productores de productos con IC, fortalecer sus emprendimientos, realizar economías de escala, mejorar sus ingresos y acceder en mejores condiciones al mercado. El componente incluye un fondo para el incentivo a las innovaciones, de carácter asociativo, en la valorización de activos culturales y/o naturales, ejecutado a través de concursos.

#### Componente 2:

El objetivo de este componente busca por un lado, mejorar las condiciones de producción, la calidad y los rendimientos actuales de los productos con IC del territorio. Adicionalmente, se busca capacitar a los productores en comercialización de sus productos de manera tal que logren llegar con ellos no sólo a mercados locales sino también a mercados nacionales e incluso internacionales de diferentes tipos (mercados de alto valor, gourmet, entre otras posibilidades). Por otra parte se busca consolidar la comercialización de los productos con IC, a través de la ejecución de una estrategia de Marketing territorial. El componente apunta, también, a la capacitación de los pequeños productores en los temas de protección a la propiedad industrial de los cuales podrían beneficiarse como por ejemplo Marcas Colectivas y Denominaciones de Origen. El componente incluye un fondo para la Asistencia técnica.

#### **Mecanismo de Ejecución**

La ejecución estará a cargo del Comité de Gestión del sur del Tolima en coordinación con las asociaciones de productores locales. Para el efecto se contratará un profesional responsable del desarrollo operativo del proyecto, que tenga un amplio conocimiento del territorio y de sus actores. Este profesional facilitará la contratación de especialistas y asistentes técnicos en función de los requerimientos y del establecimiento de alianzas estratégicas con proyectos y programas que operan en el territorio.

#### **Periodo de implementación**

El periodo de ejecución será de dos años.

#### **Costo del Proyecto:**

El Proyecto tendrá un costo aproximado de \$us 300.000 Distribuidos de la siguiente manera:

##### **Componente 1. \$us 150.000**

- Ejecución de Talleres u otros eventos de capacitación (\$us 50.000).
- Realización de cinco pasantías en otros países (\$us 50.000).
- Fondo para el incentivo de innovaciones (\$us 50.000).

##### **Componente 2. \$us 150.000**

- Una Ruta de aprendizaje sobre experiencias de valorización de productos con IC (\$us 20.000).
- Labter territorial (\$us 15.000).
- Formulación y ejecución de una Estrategia de Marketing (\$us 15.000).
- Asistencia técnica especializada (\$us 100.000).

## Bibliografía

- BM- Banco Mundial  
2007 Reporte de Desarrollo Mundial 2008 “Agricultura para el Desarrollo”  
Disponible en  
[http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2008/Resources/WDR\\_00\\_book.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2008/Resources/WDR_00_book.pdf)
- CAN- Comunidad Andina  
2010 “Modelos de Desarrollo Rural con Enfoque Territorial del Territorio del Sur del Tolima”. Tercer Taller de Intercambio de Experiencias de Desarrollo Rural. Comunidad Andina de Naciones – Unión Europea.
- DANE – Departamento Nacional de Estadística  
2005 Censo Nacional de Colombia. Disponible en [www.dane.gov.co/censo/](http://www.dane.gov.co/censo/).
- eCAN– Espacio Virtual de Trabajo de la Comunidad Andina  
2010a “Necesidades Básicas Insatisfechas del Sur del Tolima”. Plataforma Territorios Rurales. Disponible en <http://secgen.comunidadandina.org/ecan/>.
- eCAN– Espacio Virtual de Trabajo de la Comunidad Andina  
2010b “Producción agropecuaria para el Sur del Tolima”. Plataforma Territorios Rurales. Disponible en <http://secgen.comunidadandina.org/ecan/>.
- eCAN- Espacio Virtual de Trabajo de la Comunidad Andina  
2010c “Economía del café en el Tolima”. Plataforma Territorios Rurales. Disponible en <http://secgen.comunidadandina.org/ecan/>.
- Fedecafé- Federación Nacional de Cafeteros  
2008 “Informe del Comité Departamentales de Cafeteros del Tolima”. Disponible en <http://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/Tolima4.pdf>.
- Fonte, M. y C. Ranaboldo. Editoras  
2007 Territorios con identidad cultural. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. Revista Opera, No. 7. RIMISP - Università di Napoli Federico II - Universidad Externado de Colombia.
- García, Emilio  
2007 “Los Indicadores Geográficos. La experiencia Europea”. Presentación en Power Point de la Especialización en Desarrollo y Marketing Territorial de la Universidad Externado de Colombia.
- Giovannucci, D., Pascal L y A. Byers  
“Agregando valor: comercio de café certificado en Norte América”. Disponible en [http://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/Agregando%20valor\\_%20comercio%20de%20café%20certificado%20en%20Norte%20América%20-%20Daniele%20Giovannucci,%20Pascal%20Liu%20y%20Alice%20Byers.pdf](http://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/Agregando%20valor_%20comercio%20de%20café%20certificado%20en%20Norte%20América%20-%20Daniele%20Giovannucci,%20Pascal%20Liu%20y%20Alice%20Byers.pdf).
- Gobernación del Tolima  
2006 “Tolima en cifras interactivo 2000-2006”. Disponible en <http://tolima.gov.co/municipios/>.

#### Guía del Café

- 2009 “Departamento del Tolima destina 600 millones de pesos a los caficultores” en Noticias. Disponible en <http://www.guiadelcafe.com/departamento-del-tolima-destina-600-millones-de-pesos-a-los-caficultores/>.

#### MinCultura- Ministerio de Cultura

- 2010 “Coyaima Natagaima (Pijao), espíritus que brotaron de piedras con alma de indio”. Disponible en [www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=41784&download=Y](http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=41784&download=Y).

#### ONUDI – Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

- 2011 “Los Consorcios de Origen: clave para la valoración inclusiva de productos tradicionales de origen”. Archivo en PDF

#### Parques Naturales de Colombia

- 2009 “Reseña Parque Nacional Natural Las Hermosas”. Disponible en <http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/pdf/EjecutivoPMPNNHermosas2008.pdf>.

#### Programa Presidencial de Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario

- 2003 “Panorama Actual del Tolima”. Disponible en [http://www.derechoshumanos.gov.co/Observatorio/Publicaciones/documents/2010/Estu\\_Regionales/04\\_03\\_regiones/tolima/tolima.pdf](http://www.derechoshumanos.gov.co/Observatorio/Publicaciones/documents/2010/Estu_Regionales/04_03_regiones/tolima/tolima.pdf).

#### PROHACIENDO-Programa para la Promoción del Desarrollo Rural y Agroindustrial

- 2011 “Tolima, tercer departamento en la producción de café” en *Tolima Cafetero*. Año 22. No. 205. Ibagué, Tolima.

#### Ranaboldo, C y Schejtman A.

- 2009 El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas. RIMISP-IEP. Lima-Perú.

#### PÁGINAS DE INTERNET CONSULTADAS

- Acción Social – Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional
- [www.accionsocial.gov.co](http://www.accionsocial.gov.co)
  
- Artesanías de Colombia
- [www.artesantiasdecolombia.gov.co](http://www.artesantiasdecolombia.gov.co)
  
- Bocatello
- [www.bocatello.com](http://www.bocatello.com)
  
- Cafenix
- [www.iniciativacafenix.com](http://www.iniciativacafenix.com)
  
- Carrefour
- [www.carrefour.com.co](http://www.carrefour.com.co)
  
- Colombian Paradise
- [www.colombianparadise.com](http://www.colombianparadise.com)

- [www.colombia.com](http://www.colombia.com)
- De Turismo por Colombia
- [www.deturismoporcolombia.com](http://www.deturismoporcolombia.com)
- DANE – Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas
- [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- DNE – Departamento Nacional de Estupefacientes
- [www.dne.gov.co](http://www.dne.gov.co)
- DTR-IC – Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural
- [www.rimisp.org/territorios2](http://www.rimisp.org/territorios2)
- [www.flickr.com](http://www.flickr.com)
- FOMIPYME - Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas
- <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=413>
- Fundación Natura
- [www.natura.org.co](http://www.natura.org.co)
- Guía de Viajes Oficial por Colombia
- [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel)
- IGAC- Instituto Geográfico Agustín Codazzi
- <http://mapascolombia.igac.gov.co/wps/portal/mapasdecolombia/>
- [www.imageshack.us](http://www.imageshack.us)
- INDECOPI – Instituto Nacional de Defensa a la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual
- [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)
- Juan Valdéz
- [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com)
- JICA – Agencia de la Cooperación Internacional de Japón
- [www.jica.go.jp/colombia/](http://www.jica.go.jp/colombia/)
- MinCultura-Ministerio de Cultura
- [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co)
- Municipio de Roncesvalles, Tolima
- [www.roncesvalles-tolima.gov.co](http://www.roncesvalles-tolima.gov.co)
- Organización de las Naciones Unidas en Colombia

- [www.nacionesunidas.org/co](http://www.nacionesunidas.org/co)
- OMPI - Mundial de la Protección a la Propiedad Intelectual
- [www.wipo.int](http://www.wipo.int)
- PROPAIS – Corporación para el Desarrollo de las Microempresas
- [www.microempresas.com.co](http://www.microempresas.com.co)
- Recetas de Comida de Colombia
- [www.comidadecolombia.blogspot](http://www.comidadecolombia.blogspot)
- RIMISP-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural
- [www.rimisp.org](http://www.rimisp.org)
- SalvArte
- [www.salvarte.com](http://www.salvarte.com)
- SINIC – Sistema Nacional de Información Cultural
- [www.sinic.gov.co](http://www.sinic.gov.co)
- SIPA- Sistema de Información Panelero
- [www.sipa.org.co](http://www.sipa.org.co)
- Taller Estudio Q
- <http://tallerestudioq.org/expresionestradicionales.aspx>
- Taza de la Excelencia
- [www.cupofexcellence.com](http://www.cupofexcellence.com)
- UNODC – Departamento de las Naciones unidas contra el Crimen y el Delito
- [www.unodc.org.co](http://www.unodc.org.co)

Documentos resumen sobre los activos culturales y naturales fueron suministrados por:

- Municipio de Chaparral
- Municipio de Coyaima
- Municipio de Ortega
- Municipio de Planadas
- Municipio de Purificación
- Municipio de Río Blanco
- Municipio de Rovira
- Municipio de San Antonio

## Anexos

### Anexo 1. Listado de informantes clave

Nombre	Institución/Cargo
David Chamat	Economista de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, y Coordinador del Comité de Gestión de MDTR de la CAN
Gabino Bulla	Presidente ASIAUT (Asociación De Ingenieros Agronomos Egresados De La Universidad Del Tolima)
Maria Marleny Cárdenas	Alcaldía de San Antonio
Roosevelt Antonio Yate	Mujeres en Acción, IICA, Red juntos (Coordinador Regional Tolima)
Carlos Laserna	Residente de Ibagué (entrevistado con respecto a su opinión del turismo por el Sur del Tolima)
Vanesa Zapata	Residente de Ibagué (entrevistada con respecto a su opinión del turismo por el Sur del Tolima)
<b>Entrevistas Electrónicas</b>	
Edgar Bárcenas	Alcaldía de Purificación
Institución Educativa FUNDES (Fundación universitaria del Espinal)	El Espinal
Jaime Rodríguez	Triángulo del Sur del Tolima
Carolina Rodríguez	Alcaldesa (Ataco)

### Anexo 2. Listado de participantes en el Taller de presentación y concertación de la Estrategia de DTR.-IC y la Agenda consensuada.

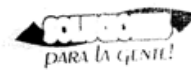
Nombre	Institución/Cargo
David Chamat	Economista de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, y Coordinador del Comité de Gestión de MDTR de la CAN
Gabino Bulla	ASIAUT (Presidente)
Isabel Morales de Falla	INCODER Coyaima (Instituto Colombiano para el Desarrollo Rural (Consultora)
Edgar Bárcenas	Alcaldía de Purificación
Néstor Iván Vargas	Alcaldía Chaparral
María del Pilar Rodríguez	Unibagué (Consultora)
Sandra Falla	Red Juntos (Coordinadora General del Sur del Tolima)
Angélica María Idárraga	Gobernación del Tolima (Ingeniera)
Blanca Castañeda	Red Juntos (Coordinadora General de Operaciones)
Maria Marleny Cárdenas	San Antonio
Carmen Elvira Pito	Red Juntos
Roosevelt Antonio Yate	Mujeres en Acción, IICA, Red juntos (Coordinador Regional Tolima)
Luz Stella Varón	Acción Social (Administración Agropecuaria)
David Díaz	Secretaría de Desarrollo Agropecuario
Juan José Rivera	CORPOICA (Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria) (Investigador)
Fanny Peñuela	Unibagué (Investigadora)
Victor Hugo Castillo	Alcaldía de Rovira (Director del UMATA)
Edgar Bárcenas	Alcaldía de Purificación (Secretaría de Desarrollo Agropecuario)
Ismael Cruz Neira	Alcaldía de San Antonio (Alcalde)
Jaime Morales Suárez	Gobernación del Tolima
Napoleón Tique	Secretaría de Desarrollo Agropecuario

Lorenzo Pelaez	CORPOICA del Municipio de Espinal
Edwin Guayavada	Municipio de Roncesvalles

**Anexo 3. Comunicado recibido por la Gobernación del Departamento del Tolima el día previo a la realización de la Gira Vivencial.**



GOBERNACION DEL TOLIMA  
Secretaría de Gobierno  
Despacho



**CIRCULAR No 006**

**PARA:** Secretarios de Despacho, Directores de Departamentos Administrativos, Directores Técnicos y Administrativos, Asesores de Despachos, Directores de Control Interno y Control Único Disciplinario, Gerentes de Institutos Descentralizados.

**DE:** JOSE RAUL CABALLERO HERNANDEZ

**FECHA:** 29 de marzo de 2011

**ASUNTO:** INFORMACION DE SEGURIDAD PARA DESPLAZAMIENTO DE FUNCIONARIOS

Teniendo en cuenta las informaciones de inteligencia obtenidas por el Comando de la Sexta Brigada del Ejército Nacional, donde se advierte una posible acción terrorista mediante el empleo de cargas explosivas y/o francotiradores por parte del frente 21 de la organización narcoterrorista de las farc en contra del señor Gobernador OSCAR BARRETO QUIROGA e integrantes del gabinete departamental, se hace necesario incrementar las medidas de seguridad personal y colectiva de los empleados o agentes del Gobierno Seccional que en cumplimiento de sus funciones deban desplazarse a los municipios considerados en la actualidad, según el informe, de alto riesgo, como RONCESVALLES, SAN ANTONIO, CHAPARRAL Y/O RIOBLANCO, y los que según las circunstancias de orden público puedan entrar a considerarse como de ALTO RIESGO.

Por lo expuesto anteriormente, y en cumplimiento de lo dispuesto por el señor Gobernador, me permito enviarles el cuadro anexo con el fin de que sea diligenciado y enviado a este despacho cada vez que uno o más funcionarios de su dependencia, en cumplimiento de las funciones del cargo, se vaya a desplazar dentro del territorio departamental, con el fin de informar y coordinar oportunamente con las autoridades competentes la seguridad para el traslado de éste personal dicha información debe ser con 5 días de anterioridad al desplazamiento. Periódicamente se informará de éstas actividades al doctor OSCAR BARRETO QUIROGA.

Cordialmente,

**JOSE RAUL CABALLERO HERNANDEZ**  
Secretario de Gobierno Departamental.

Carrera 3 Calles 10 y 11 Piso 9 Conmutador 2 61 11 11 0 2617048  
Página WEB: [www.tolima.gov.co](http://www.tolima.gov.co)



Los anexos 4, 5 y 6 están siendo actualmente trabajados en la investigación denominada "Productores de Pequeña Escala, Productos y Servicios con Origen Territorial/Cultural: El Valor de la Diferencia en los Mercados Globalizados" coordinada por Claudia Ranaboldo. Esta investigación se ejecuta en el marco del Programa de Conocimiento denominado "Fortalecimiento de los pequeños productores en los mercados globalizado, el cual a su vez hace parte de la red de aprendizaje que conforman el Instituto Humanístico para la Cooperación con Países en Desarrollo (HIVOS), el Instituto Internacional para el Medio Ambiente y el Desarrollo (IIED) y Mainumby, centro de investigación boliviana. La versión final de este documento estará disponible para noviembre del 2011.

#### **Anexo No. 4 Propiedad Industrial en la Comunidad Andina de Naciones**

Del grupo de las Indicaciones geográficas, las Indicaciones de procedencia no son verdaderamente un signo distintivo, sino el nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado, reguladas en la legislación andina, para efectos de prohibir el uso de indicaciones de procedencia engañosas o falsas con respecto a su origen y que puedan generar un riesgo de confusión en el público. Por ejemplo se usan para prohibir que en la etiqueta de un producto diga HECHO EN FRANCIA cuando el producto en cuestión realmente no venga de dicho país.

Para el caso de este estudio, nos enfocaremos especialmente en los demás signos distintivos que definimos a continuación:

*"Art. 201.- Se entenderá por **Denominación de Origen**, la indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado, se refiere a un área geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos, cuya calidad, reputación u otras características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos".* Un ejemplo de una DO es "Café de Colombia" y más recientemente también "Café de Nariño" y "Café de Cauca".

De igual forma, la Decisión 486 de 2.000, se ocupa de las **Marcas Colectivas y Marcas de Certificación**, en los artículos 180 a 189, definiendo las primeras como "...todo signo distintivo que sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos y servicios pertenecientes a empresas diferentes que lo utilizan bajo el control de un titular" y a las segundas, como "... un signo destinado a ser aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han sido certificadas por el titular de la marca".

#### **Anexo 5. Caso práctico sobre la importancia y beneficios del uso de las Marcas Colectivas por medio del ejemplo de la "Chirimoya Cumbe" en Perú.**

##### **EL CASO DE LA CHIRIMOYA CUMBE**



"Matildo Pérez, comunero de las alturas de Lima, decidió un buen día solicitar al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual del Perú (INDECOPI), a título personal, el registro de la marca "Chirimoya Cumbe". Presentó su expediente y, hasta ahí, salvo por lo peculiar del hecho, aquél siguió su trámite, como cualquiera de los 45 mil expedientes que INDECOPI tramita cada año.

Su solicitud fue denegada debido a que simplemente no puede otorgarse la exclusividad sobre denominaciones genéricas a una sola persona. Al tiempo, apareció nuevamente don Matildo con una delegación encabezada por el Teniente Alcalde de Cumbe, con el fin de obtener cita con el Jefe de la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI.

Al leer el poder, el funcionario del INDECOPI esbozó una sonrisa de satisfacción: el pueblo de Cumbe, reunido en la plaza principal, le daba poder a don Matildo Pérez para que registre la marca. Parecía totalmente increíble. La comunidad había captado perfectamente que obtener el registro de su marca les daba exclusividad de uso sobre la denominación Cumbe. Como les informó el profesional, en realidad "Chirimoya Cumbe" es una denominación de origen y no una marca. Para ser más precisos, la segunda denominación de origen en el Perú, porque el valle de Cumbe es una zona geográfica que le da determinadas características distintivas a esta chirimoya. En principio les encantó la idea y regresaron a su pueblo.

Sin embargo, a la semana siguiente estuvieron nuevamente por la oficina... no queremos denominación de origen. Nuestro pueblo no quiere, porque dice que en las denominaciones de origen el Estado es el titular y es el Estado el que autoriza el uso, por eso ellos dijeron que no. No queremos que el Estado sea dueño de la denominación "Cumbe", porque nosotros la venimos trabajando desde hace muchos años. Desde nuestros abuelos, todos han trabajado con mucho esfuerzo y no vamos a pedirle permiso para usar nuestra marca "Cumbe". Luego de una ardua y creativa búsqueda de soluciones, sugirió que el registro sea el de una marca "colectiva" cuyo titular fuera el pueblo de Cumbe y que sería usada de acuerdo a un reglamento que ellos mismos establecerían.

Hoy la denominación "Chirimoya Cumbe" cuenta con un logotipo característico y, lo que es más importante, está registrada a nombre del Pueblo de Cumbe (en la clase 31 de la Clasificación Internacional), que trabaja para establecer una ventaja competitiva respecto de sus competidores en el Mercado Mayorista de Frutas de la capital. De esta forma, gracias a la persistencia y empuje de don Matildo, y a su capacidad para hacer uso del sistema de protección de la propiedad intelectual, su pueblo ha incrementado el valor de su peculiaridad, su conocimiento, su tradición de excelencia. El titular del registro de marca colectiva es el Pueblo de Santo Toribio de Cumbe, compuesto por 106 comuneros debidamente empadronados. Las reglas de uso de la marca están orientadas al manejo adecuado del producto chirimoya, producido en el valle del mismo nombre (Cumbe), el mismo que le da al producto características especiales por sus condiciones climáticas.

Al precisar que solamente los miembros de una comunidad- o alguien con la debida autorización- podrán registrar el nombre de la comunidad como marca, la reciente Ley de Propiedad Industrial, no sólo protege y otorga competencia exclusiva a las comunidades nativas para la explotación de productos que lleven su nombre, sino que además genera un marco para legislar sobre la protección de sus conocimientos. Las experiencias exitosas de las marcas colectivas no sólo han permitido a los pequeños y micro empresarios reducir sus costos, sino que les han hecho ganar mayor competitividad en el mercado. Mediante este mecanismo, dichas empresas han protegido y diferenciado sus productos de forma menos costosa, aprovechando economías de escala, y a su vez incrementando la confianza de sus clientes.

Dado que los costos de inversión en el desarrollo de una marca, campañas de marketing y publicidad, pueden ser costosos para una PYME, las marcas colectivas se han constituido en un mecanismo que permite ahorrar costos a la vez que diferenciar productos originarios del Perú, destacando características propias de las zonas en que dichos productos son elaborados.

Parte de dicha estrategia consiste en el desarrollo de un concepto e imagen común que identifique a las PYME o productos elaborados por éstas, y el establecimiento de "pactos de calidad" entre las mismas que debe instrumentalizarse a través de reglamentos de uso de las marcas.<sup>21</sup>

#### Anexo 6. Ejemplos de Marcas Colectivas en Perú.

**Cuadro Resumen: Algunas Marcas Colectivas de Perú**

IMAGEN	MARCA COLECTIVA	FECHA DE REGISTRO	EMPRESA QUE REGISTRA
	CHIRIMOYA CUMBE	1997-03-24	El Pueblo de Santo Toribio De Cumbe.
	APDL CAJAMARCA PERU	2000-06-15	Asociación de Productores de derivados lácteos de Cajamarca
	FRUNAC FRUTALES NATIVOS CAJAMARQUINOS	2001-12-28	Asociación de Transformadores de Frutas - Cajamarca
	APROPINA ROJA POROTINA POROTO-TRUJILLO	2005-05-16	Asociación de Productores de Piña
	ALPACA BLEND MARK SINCE 1984	2006-07-18	Asociación Internacional de la Alpaca
	CECVSI PRODUCTO DEL VALLE SAGRADO DE LOS INCAS	2006-08-24	Central de empresas campesinas Valle Sagrado de los Incas Ltda.

<sup>21</sup> El estudio de caso fue realizado para la OMPI por el doctor Luis Alonso García Muñoz - Najara, en su condición de Presidente de la Sala de Propiedad Intelectual, Tribunal del INDECOPI.

	<p><b>PAN CHUTA OROPESA</b></p>	<p>2007-03-09</p>	<p>Asociación de industriales panificadores del distrito de Oropesa de la provincia de Quispicanchi</p>
	<p><b>MEMBRILLO ECOLÓGICO SINSICAP, LA LIBERTAD PERÚ</b></p>	<p>2007-12-14</p>	<p>Asociación de Fruticultores del Distrito de Sinsicap</p>
	<p><b>KEMITO PASTA DE CACAO 100% NATURALASOCIACION DE PRODUCTORES DE SANTA ROSA DE CHIRIARI MAZAMARI - SATIPO - JUNIN - PERU</b></p>	<p>2009-07-31</p>	<p>Asociación de Productores Santa Rosa de Chiriari</p>
	<p><b>OROVILCA</b></p>	<p>2010-05-07</p>	<p>Asociación De Productores De Piscos Y Vinos Del Valle De Ica – APROPICA-</p>

**Anexo 7. Cuadro resumen de ferias y fiestas que se celebran en el Territorio del Sur del Tolima**

FERIAS Y FIESTAS DEL SUR DEL TOLIMA (COLOMBIA)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	No. Eventos
ATACO			Fiestas Aniversarias			1. Festival del Retorno; 2. Fiesta Campesina	Fiesta de la Virgen del Carmen			Fiestas Aniversarias			5
COYAIMA			Fiestas Aniversarias	Fiesta de la Chicha		Desfile de San Pedro		1. Del 5 - 7 Festival de la Ciruela Roja; 2. Fiestas Patronales de San Isidro, Virgen del Carmen y San Roque.					5
NATAGAIMA					Feria Agropecuaria	Fiesta de San Juan			Fiestas Patronales de Nuestra Señora del Carmen		Feria Agropecuaria		4
ORTEGA	Festival de la Chicha indígena					1. Jornada de integración folclórica y artística de comunidades indígenas; 2. Fiesta Campesina; 3. Fiestas San Juan y San Pedro							4
PLANADAS	Feria de Gaitanía					Ferías y Fiestas de Planadas					Fiesta del Retorno		3
PURIFICACIÓN		Ferías y Fiesta de Ntra. Sra de la Candelaria			Fiestas Aniversarias		Fiesta de la Virgen del Carmen					Festival Folclórico del Sur del Tolima	4
RIOBLANCO						Fiestas Campesinas	Fiesta de la Virgen del Carmen						2
ROVIRA							Fiesta de la Virgen del Carmen				Fiestas Patronales de Santa Gertrudis		2
RONCESVALLES				Celebración Semana Santa	Festival del Loro Orejiamarillo y la Palma de cera	Fiestas campesinas	Fiesta de la Virgen del Carmen	Fiesta del campesino y del retorno					4
SAN ANTONIO			Fiestas Aniversarias			Fiestas de San Antonio de Papua							2
	2	1	3	2	2	8	5	3	1	1	3	1	

Fuente: [www.colombiaturismo.gov.co](http://www.colombiaturismo.gov.co)

Elaboración: propia