

Instructivo para diseño prototipo de producto agroturístico mínimo viable para el sector económico caprino

Instructions for the prototype design of a minimum viable agrotourism product for the goat economic sector.

Lyda Jazmin Castañeda González¹

Como citar:

Castañeda González, L. J. (2023). Instructivo para diseño prototipo de producto agroturístico mínimo viable para el sector económico caprino. *Revista Sennova: Revista Del Sistema De Ciencia, Tecnología E Innovación*, 8(1), 43–54. <https://doi.org/10.23850/23899573.6090>

Resumen

El turismo rural es una tendencia económica global y una alternativa de desarrollo económico para el sector agropecuario, el cual es incentivado por el Gobierno Nacional mediante la ley 2239 de 2022, que tiene como base en uno de sus objetivos específicos, el diseño de productos turísticos a modo de solución para beneficiar municipios con vocación agropecuaria.

Capitanejo, un municipio ubicado en el oriente del departamento de Santander, ha sido seleccionado como objeto de estudio para el diseño de un producto agroturístico que beneficie al sector económico caprino; pero, como dice el refrán colombiano “del dicho al hecho hay mucho trecho”, diseñar un producto turístico es hablar de un producto intangible, experiencial, emocional e incomprensible, incluso hasta para las comunidades residentes, cuyo conocimiento empírico sobre turismo se remite al concepto básico de viajar de un lugar a otro, sacando el provecho económico de visitantes y turistas.

Por lo anterior, se diseña un instructivo de prototipado en producto agroturístico bajo los lineamientos de las herramientas de Design Thinking, diseño de experiencias turísticas, identidad cultural significativa del patrimonio natural y cultural del municipio, modelo de negocio Canva, buenas prácticas de sostenibilidad y cadena de valor de los sectores económicos turismo y caprino, como modelo de proceso de innovación para el gremio caprinocultor, invitando al trabajo en equipo en red para co-crear experiencias agroturísticas como alternativa económica de las empresas familiares de este sector económico.

Palabras clave: Turismo, Población rural, Economía rural, Desarrollo sostenible, Modelo de desarrollo.

Abstract

Countryside tourism is a global economic trend and an alternative for economic development for the agricultural sector, which is promoted by the National Government through Law 2239 of 2022, which basis in one of its specific objectives is the design of tourism products as a solution to benefit municipalities with an agricultural vocation.

Capitanejo, a municipality located in the east of the department of Santander, has been selected as an object of study for the design of an agrotourism product that benefits the goat economic sector. However, as the Colombian saying goes, “from word to deed there is a long way to go”, designing a tourism product is talking about an intangible, experiential, emotional and incomprehensible product, even for the resident communities, whose empirical knowledge about tourism refers to the basic concept of traveling from one place to another, taking economic advantage of visitors and tourists.

Therefore, an agrotourism product prototyping instruction is designed under the guidelines of the Design Thinking tools, design of tourist experiences, significant cultural identity of the natural and cultural heritage of the municipality, Canva business model, good sustainability practices and chain of value of the tourism and goat economic sectors, as a model of the innovation process for the goat farming guild, inviting to generate teamwork networks to co-create agrotourism experiences as an economic alternative for family businesses in this economic sector.

Key Words: Tourism, Rural population, Rural economy, Sustainable development, Development models.

1. Introducción

1.1 Antecedentes

Desde el año 2018 ingresa al departamento de Santander el proyecto “De los Alpes a Los Andes” liderado por la Agencia de Cooperación Francesa, con los aliados estratégicos como la ONG Tétrakty, la Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB y la Fundación para el Desarrollo Sostenible de la Cultura, el Patrimonio y el Turismo Fundaculta, con el apoyo de la Gobernación de Santander, el Viceministerio de Turismo, y las alcaldías de Zapatoca, Aratoca, Barichara, Villanueva, Cepitá, Capitanejo, Los Santos, Curití, Jordán y Molagavita, zonas de influencia del cañón del Chicamocha, con el propósito de impulsar el desarrollo del turismo de montaña. (Destino Chicamocha, s.f.)

Razón por la cual, el Centro Agroempresarial y Turístico de Los Andes del SENA Regional Santander con sede en Málaga, ingresa como aliado estratégico al proyecto de Los Alpes a Los Andes, socializando proyectos estratégicos contemplados en el plan tecnológico CATA 2030, orientados al sector productivo de la región, tomando como base las orientaciones de la comisión regional de competitividad, el estudio de vigilancia científico tecnológica junto con el trabajo mancomunado de los semilleros de investigación injertos en las diferentes redes de conocimiento, bajo la coordinación del grupo de investigación Frailejones (CATA, 2021, pág. 256). Uno de los proyectos bandera ha sido el diseño de una ruta turística para la provincia de García Rovira realizado en el año 2020, visibilizando a 8 municipios con vocación agroturística entre los que se destaca el municipio de Capitanejo.

En el año 2022 se formuló el proyecto “La caprinocultura: un producto agroturístico, como alternativa económica para las famiempresas caprinas ubicadas en el municipio de Capitanejo” para la convocatoria de SENNOVA 2023, aprobándose para su ejecución.

Paralelamente, el gobierno nacional colombiano aprobó la ley 2239 de 2022 como instrumento de regulación que impulsa el agroturismo o turismo rural, a manera de alternativa para el desarrollo sustentable de áreas dedicadas a actividades predominantemente agrícolas, de modo tal que se brinden alternativas económicas, se diversifiquen los rendimientos de la actividad agropecuaria, se revalorice a la agricultura como medio de desarrollo local y se promueva la asociatividad rural. (Senado de la Republica de Colombia, 2022)

La producción caprina ha ido en aumento en los últimos años en Santander, gracias a las condiciones climáticas que ofrece el cañón del Chicamocha, convirtiéndose en el lugar propicio para la producción en crianza, carne, y leche, (Buitrago Núñez, 2020), permeando la identidad cultural santandereana, razón de más para la estructuración de la caprino-cultura como producto agroturístico y apoyo a la oferta turística para el departamento de Santander.

1.2 Planteamiento del Problema

Capitanejo es uno de los 87 municipios que conforman el departamento de Santander. Pertenece a la región centro Oriente, limita al norte con los municipios de San José de Miranda y Enciso, al oriente con San Miguel y Macaravita, al sur con el río Nevado y al occidente, cruzando el río Chicamocha, con Covarachía y Tipacoque, municipios del departamento de Boyacá.

Su extensión territorial es de 81 Km², posee una altitud media de 1.090 m.s.n.m. con un clima cálido seco a una temperatura de 25°C. (Alcaldía Capitanejo, 2020, pág. 27)

En la actualidad, no cuenta con productos turísticos debido al desconocimiento sobre la oferta turística (patrimonio natural, cultural, material e inmaterial, y los prestadores de servicio turístico); presenta deserción de profesionales con conocimiento en turismo debido a la falta de oportunidades laborales, la comunidad residente presenta desinterés por el desarrollo

del turismo; los caprinocultores están conformados por famiempresas que trabajan de forma desarticulada a tal grado que se ignora la oferta real de los productos y servicios; su productividad es incipiente, se evidencia falta compromiso, disciplina y visión empresarial; la capacitación al talento humano ha sido insuficiente; hay desconocimiento en el diseño de experiencias turísticas, se ignora sobre las necesidades y motivos de viaje del visitante y turista.

Capitanejo presenta un alto grado de desarticulación entre los actores del turismo y los caprinocultores, corroborando el decrecimiento del desarrollo turístico, la deficiencia en la divulgación y promoción turística en el municipio, en la provincia y en el departamento de Santander.

1.3 Diseño de productos turísticos.

Diseñar un producto turístico es hablar de un producto intangible, experiencial, emocional e incomprensible incluso hasta para las comunidades residentes, que en su imaginario ven al turismo como simplemente aprovechar la presencia de personas que están de paso por el municipio para obtener un beneficio económico.

No obstante, desde la academia existe gran variedad de propuestas metodológicas con diferentes perspectivas sobre producto turístico, por ejemplo: es concebido como el flujo de efectivo presente en la venta de conducentes a facilitar los viajes (De Borja, Casanovas, & Bosch, 2002). Otros autores generan definiciones que tratan de entender la totalidad del producto turístico. Crespi & Planells (2006) argumentan en esta línea, que el producto turístico está determinado por los bienes y servicios ofertados para los turistas, mientras que Ugarte (2007) profundiza en sus características las cuales se enlistan a continuación:

- Tangible e Intangible: los productos turísticos poseen componentes tangibles, por ejemplo: la cama de un hotel, las amenidades, etc. La parte intangible, son todas aquellas características que están basadas en expectativas como la motivación, uso o experiencia.
- Caducidad: no es posible guardarlos o almacenarlos para disfrutarlos después.
- Agregabilidad y sustituibilidad: ningún componente del producto es indispensable, por lo que alguno puede ser sustituido o agregado.
- Heterogeneidad: ningún producto es igual a otro.
- Subjetividad: la opinión del cliente al momento del consumo será distinta.
- Individualidad: las experiencias que produce son individuales.
- Inmediatez: Su consumo es simultáneo a su fabricación real.
- Simultaneidad de producción y consumo: el producto se crea, produce y consume al mismo tiempo.

Machado y Hernández (2007), proponen como metodología en diseño de producto turístico lo siguiente:

- Objetivos: fin que persigue la creación del producto turístico.
- Estudio de mercado: análisis de la demanda para el producto.
- Estudio de la oferta: evaluación de los atractivos con los que cuenta la comunidad local.
- Desarrollo del producto: generación de ideas y creación de la “idea central” del producto turístico.
- Estrategias de mercadeo: acciones para la promoción y venta del producto.
- Prueba de mercado: se realiza una prueba piloto antes de lanzar el producto turístico al mercado.
- Lanzamiento del producto: actividades para lanzar el producto turístico al mercado.
- Seguimiento: actividades para realizar por parte de los gestores.
- Sensibilización de la comunidad local: dar a conocer a la comunidad en general los elementos positivos y negativos que trae consigo al turismo.

- Mapeo de actores: identificación roles necesarios para la gestión del producto.
- Forma de participación de la comunidad local: la cual puede ser pasiva, activa o nula.

En la actualidad, es la metodología más disponible en los proyectos de diseño de producto turístico, aunque se observa en el numeral 4 “Desarrollo de producto: generación de ideas y creación de la «idea central» del producto turístico”, que no especifica los detalles de cómo hacerlo.

La fase de prototipado de un producto es la etapa más compleja en lo referente a diseño de un producto turístico. Por otra parte, se continúa con el escrutinio de otras metodologías de diseño de producto, destacándose la herramienta Design Thinking con la fase de prototipado, ayudando a esclarecer la estructura base del proceso de innovación del prototipado.

Con el proyecto “La caprinocultura: un producto agroturístico como alternativa económica para las famiempresas caprinas ubicadas en el municipio de Capitanejo”, en sus etapas se tiene lo siguiente:

- a. Identificar los recursos, atractivos con mayor representatividad sobre la cultura caprina del municipio de Capitanejo.
- b. Caracterizar la oferta empresarial relacionada con la cultura caprina en el municipio de Capitanejo.
- c. Realizar un estudio de mercados como apoyo a la identificación del perfil del visitante y turista.
- d. Desarrollar un prototipo del producto agroturístico con la participación de caprinocultores de Capitanejo.

El último numeral referenciado es el que mayor conflicto representa frente a la pregunta ¿Cómo fusionar el conocimiento técnico del sector caprino con el conocimiento experiencial en la que se desenvuelve el sector turismo, para transformar en un producto agroturístico?

La respuesta llevó a proponer un instructivo práctico en prototipado de un producto agro-turístico mínimo viable, y que al mismo tiempo sirva de modelo de proceso de innovación replicable en otros territorios del gremio caprinocultor.

1.4 Objetivos General

Diseñar un instructivo en prototipo de producto agroturístico mínimo viable como un modelo de proceso de innovación y desarrollo tecnológico para el fortalecimiento del sector económico caprino.

1.5 Objetivos Específicos

- a. Investigar sobre la identidad cultural caprina como referente del patrimonio natural y cultural del municipio de Capitanejo.
- b. Identificar la cadena de valor consultando en fuentes secundarias para la organización de la estructura sistemática del sector caprino frente al turismo.
- c. Aprender sobre la ciencia de la etología como base fundamental para el diseño de las experiencias agroturísticas.
- d. Preparar un plan de formación a través de talleres teórico-prácticos en temas de turismo para los caprinocultores.
- e. Consultar herramientas metodológicas en diseño de prototipo de productos turísticos experienciales para la elaboración de un instructivo de prototipado en productos agroturísticos

2. Metodología

La metodología aplicada en el proyecto de desarrollo de innovación tecnológica fue: investigación - acción participativa.

En primer lugar, se organizó un plan de trabajo sobre la identidad cultural caprina del territorio con base en el patrimonio natural y cultural, consultando en fuentes primarias con instrumentos de recolección de información (entrevistas) y fuentes secundarias para conocer el proceso histórico evolutivo, de adaptación, transformación y reconocimiento del municipio de Capitanejo, como la capital caprina de Colombia.

Segundo momento: se continuó con la recolección de información sobre cadena de valor, cotejando luego con patrones similares entre los sectores económico caprino frente al turismo para mayor facilidad en la organización de la estructura sistemática de los dos sectores, adicionando las ventajas competitivas del municipio de Capitanejo.

Tercer momento: La etología es la ciencia que estudia el comportamiento de los animales en entornos naturales, como instrumento de identificación de elementos clave para la conexión emocional y aprendizaje en el diseño de experiencias agroturísticas e identidad cultural en el territorio.

Cuarto momento: se organizó y se ejecutó la programación de un plan de formación en temas relacionados con turismo como: agroturismo versus turismo rural; modelo de negocio CANVA; buenas prácticas en turismo sostenible y responsable; diseño de experiencias turísticas para orientar a los caprinocultores en adquirir competencias básicas de conocimiento y desempeño relacionados con turismo por medio de talleres teórico-prácticos, como actividad de aprendizaje (a través de instrumentos de recolección de información, lista de chequeo, observación sobre habilidades blandas) de los caprinocultores y prestadores de servicios turísticos del municipio de Capitanejo.

Quinto momento: Se programó visita in situ con cada uno de los caprinocultores, aplicando instructivo de mapa de empatía como proceso de aprendizaje y recolección de información sobre qué piensa, qué siente, qué hace, qué dice, su visión empresarial, qué le gustaría hacer con el proyecto de la caprinocultura, fortalezas y debilidades del negocio. Seguidamente, se consultó la metodología de diseño de experiencias turísticas de Perú para organizar la propuesta del producto agroturístico mínimo viable, para su ejecución, validación interna, validación externa, mejora continua, y finalmente, su comercialización.

3. Resultados

3.1 Turismo Rural vs Agroturismo

La política de turismo de naturaleza expedida en el año 2012, explica el concepto de agroturismo como un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural, mientras que el turismo rural como tendencia global y motivo de viaje, se utiliza cuando la cultura rural es un elemento clave para el diseño de experiencias turísticas porque permite facilitar al cliente un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales permitiendo la participación en actividades, costumbres, y estilo de vida de la población. (Mincit, 2012).

3.2 Identidad Cultural de la caprinocultura

La caprinocultura y la etología (ciencia que estudia el comportamiento animal en entornos naturales) ayudó a definir la identidad cultural en tres íconos importantes. El primero de ellos son los principios: respeto jerárquico, protector (con la familia), independiente, valora

la libertad y la lealtad; los valores: el liderazgo, trabajo en equipo, adaptación al cambio, perseverancia, y toma de iniciativas. En un segundo ícono se encuentra en el paisaje cultural que ofrece el cañón del Chicamocha como el hogar de las cabras, y el último ícono radica en la gente (“berraca para el trabajo”, expresión natural en el departamento de Santander) porque es valiente, fuerte ante la adversidad, trabajadora, enérgica, con ideas de negocio innovadoras que conllevan a la consolidación de grandes emprendimientos.

En síntesis, son dos atractivos turísticos importantes para el diseño del producto agroturístico: el cañón del Chicamocha y las cabras.

3.3 Estructura sistemática de la cadena de valor del sector caprino frente al turismo

Las ventajas competitivas del municipio de Capitanejo son las siguientes:

- El municipio de Capitanejo se ubica estratégicamente sobre la vía nacional Troncal del Norte que une la ciudad de Bogotá (capital del país) con Cúcuta (límites con Venezuela).
- Clima seco entre los 20 y 30 grados centígrados, gracias a las condiciones climatológicas del cañón del Chica-mocha, (Destino Chicamocha, s.f.) clima apetecido por los visitantes y turistas provenientes de las provincias de Norte, Gutiérrez y García Rovira. Capitanejo, lugar de veraneo para sus vecinos.
- El municipio de Capitanejo forma parte del Paisaje cultural del cañón del Chicamocha considerado patrimonio natural del departamento de Santander.

En la tabla 1 se representa la cadena de valor, con patrones similares entre los sectores económico caprino versus turismo, para mayor comprensión de la estructura siste-mática de los dos sectores económicos

Tabla 1. Estructura sistemática de la cadena de valor del sector caprino vs. turismo

Sector Turismo	Sector Caprino
Recursos o Atractivos Turísticos	Paisaje Cultural: Cañón del Chicamocha, apriscos, flora y fauna; usos, costumbres, festividades
Servicio de Transporte	Los apriscos se encuentran en el entorno del cañón del Chicamocha.
Servicio de Alojamiento	Visitantes y Turistas que deseen vivir la experiencia de la caprinocultura
Establecimientos de Alimentos y Bebidas	Gastronomía: Carne, productos lácteos, producción vinícola
Agencias de Viajes y Turismo	Aliados para la venta de pasadías de experiencias relacionadas con la caprinocultura
Sector Turismo	Sector Caprino
Guías Profesionales de Turismo	Talento Humano calificado para la realización de recorridos por la naturaleza
Operadores de eventos, congresos, ferias y convenciones	Participación en eventos feriales, académicos, empresariales, científicos, en el ámbito local, departamental y nacional
Artesanías Y Compras	Proceso de transformación industrial de la piel del cabro, cascos, cachos, huesos etc.
Actividades De Ocio	Folclor: mitos y leyendas, oralidad costumbrista, dichos y refranes; danzas, música, Exposiciones de pintura etc.
Servicios De Apoyo	Policía Nacional, Bomberos, Defensa Civil, Alcaldía Municipal, sector financiero, Invias etc.

Nota: Elaboración Propia

3.4 Plan de formación para caprinocultores y prestadores de servicios turísticos

El programa de formación fue diseñado para orientar a los caprinocultores en adquirir competencias básicas en conocimiento y desempeño relacionados con turismo por medio de talleres teórico-prácticos como actividad de aprendizaje.

Los temas desarrollados fueron los siguientes:

- Modelo de Negocio Canva: Una herramienta que orienta en la organización y visualización del modelo de negocio de los beneficiarios del proyecto. (Junta de Extremadura, España)
- Buenas Prácticas en Turismo Sostenible y Responsable: aplicar las buenas prácticas en turismo sostenible y responsable es sumarse al compromiso que tiene Colombia con la tendencia global sobre la sostenibilidad turística, cumplimiento y respeto sobre los programas Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes ESCNNA, tráfico ilegal de fauna y flora, tráfico ilícito de patrimonio cultura y la trata de personas. (Colombia Productiva); (Mincit)
- Diseño de experiencias turísticas: Se socializó la metodología de la “Guía para el diseño de experiencias turísticas de Perú” por tratarse de un documento didáctico, práctico con consejos relevantes para el diseño de experiencias memorables. (Mincetur, Perú, 2020)
- Habilidades Blandas: en la actualidad, el talento humano debe aprender a descubrir, potencializar sus habilidades blandas para emprender. (Villamizar Cáceres, 2022)

En la tabla número 2 se muestra un breve resumen sobre el contenido desarrollado en los talleres teórico prácticos del plan de formación. Es importante mencionar que los participantes manifestaron desconocimiento de los temas y mostraron total interés en participar en futuras capacitaciones para profundizar en su aprendizaje, para lo cual se les orientó que se acercaran al Centro Agroempresarial y Turístico de Los Andes y solicitaran la asesoría y profundización en temas de su interés.

Tabla No 2: Contenido del Plan de Formación como apoyo al conocimiento a los caprinocultores.

Modelo Canva	Buenas Prácticas En Turismo Sostenible Y Responsable	Diseño De Experiencias Turísticas	Habilidades Blandas Empresarial
Segmentación de clientes	Gestión administrativa	Identifica tu potencial	Liderazgo
Relación con los clientes	Gestión Ambiental	Explora el entorno	Trabajo en equipo
Canales de comercialización	Gestión Cultural	cooperación	Comunicación asertiva
Propuesta de valor	Gestión Social	Mapa de empatía	Vocación de servicio al cliente
Actividades clave	Gestión Económica	Guion Turístico experiencial	Atención al detalle
Recursos clave	Programa (ESCNNA)	Adecuación de escenarios	Ética, compromiso honestidad e integridad
Socios clave	tráfico ilegal de fauna y flora	Diseña la propuesta experiencial	Deseos de aprender
Estructura de costos	tráfico ilícito de patrimonio cultural	Valida tu experiencia con amigos	Disciplina en el manejo del tiempo
Fuente de ingresos	Tráfico de migrantes y trata de personas	Valida tu experiencia con extraños	Inteligencia emocional
	Comercio Justo	Comercializa	Paciencia

Nota: Elaboración Propia

3.5 Propuesta de prototipo de producto agroturístico en Caprinocultura

El proyecto caprinocultura como producto agroturístico, se registró en la convocatoria de SENNOVA 2023, como un proyecto de innovación y desarrollo tecnológico. La metodología que se utilizó fue Design Thinking porque orienta de forma creativa el proceso de aprendizaje

y desarrollo con los participantes del proyecto y la estructuración del prototipo de producto agroturístico.

En la tabla No 3 se describe de forma resumida los atributos del prototipo de producto agroturístico en caprinocultura territorial, iniciando con los atributos, seguidamente la descripción del mismo en la columna central y finalmente en la columna derecha solo algunos ejemplos de las experiencias turísticas a realizar

Tabla 3. Atributos del prototipo de producto agroturístico en Caprinocultura.

Atributos Del Prototipo	Descripción	Actividades o experiencias Agroturísticas
Sentidos	Memoria Sensorial	Inmerso en las experiencias
Paisaje	Cañón del Chicamocha	Safari Fotográfico de día y en noches de luna llena Encuentros astronómicos
Caprinos	Aprendizaje sobre la raza santandereana	Visita a los apriscos Experiencia MAED Experiencia Guásimo Experiencia en Calamar Experiencia La Burrera
Cultural	Identidad cultural santandereana: La Cabra	Eventos culturales Tertulias Conversatorios Exposición fotográfica
Académica	Programas educativos agropecuarios	Capacitación Talento humano
Gastronomía	Carnes, lácteos, producción vinícola	Festivales, Gastronómicos, Cocina de autor, Tabla de quesos Cata de Vinos Desayuno Capitanejano sensorial
Marroquinería	Elaboración de artesanías	Visita técnica a marroquinerías Talleres para artesanos Ferias de marroquinería
Eventos	Científicos, académicos, vitrinas comerciales etc.	Feria Caprina local, departamental y nacional Agro expo Eventos sobre agronegocios
Folclor	Patrimonio cultural (material e inmaterial del territorio)	Recorrido por los murales; Ruta de los apodos del pueblo; Ruta de mitos y leyendas; En busca del tesoro escondido
Artístico	Danzas, música, teatro, canto, pintura etc.	Festivales Encuentros artísticos Cuenteros
Religión	Actividades en comunidad	Turismo comunitario en la vereda la Chorrera Programación de eventos de componente religioso

Nota: Elaboración Propia

3.6 Instructivo para Diseño Prototipo de Producto Agroturístico Mínimo Viable para el Sector Económico Caprino

(Ugarte, 2007) manifiesta que diseñar un producto turístico es comprender que es: intangible, cuenta con tiempo de caducidad, es sustituible, es heterogéneo, subjetivo, individual, es inmediato, simultáneo; a ello hay que sumarle que el producto turístico tiene dos perspectivas: la primera desde la óptica territorial que al construirlo, promocionarlo, posicionarlo, puede catapultar la localidad como destino turístico y la segunda, que el producto turístico o experiencia turística es una alternativa económica para un empresario quien desee diversificar su portafolio de servicios.

De otro lado, diseñar una experiencia como alternativa económica, exige la aplicabilidad de las variables de medición de la misma y orienta al empresario en la mejora continua, satisfacción de los visitantes y turistas que adquieren el producto o servicio turístico. Las variables son: unicidad, motivación personal, co-creación, multisensorialidad, entrete-nimiento y capacidad lúdica, desarrollo personal, desarrollo relacional, y responsabilidad (Pulido-Fernández & Navarro Hermoso, 2014)

A continuación, el instructivo en prototipo de producto agroturístico con base en los lineamientos de la guía para el diseño de experiencias turísticas de Perú, consta de tres partes: Actividades Generales, Actividades de Precisión o prototipado y Actividades de seguimiento.

Actividades Generales

- Diagnóstico del territorio: Existen dos herramientas que ayudan con la elaboración del diagnóstico: Matriz DOFA, la PESTEL, indicadores de competitividad turística y lista de chequeo de normas técnicas colombianas para prestadores de servicios turísticos
- Caracterización empresarial: Los convocados a participar en el proceso. En nuestro caso los productores caprinos y prestadores de servicios turísticos del territorio.
- Plan de formación y capacitación empresarial
- Estudio de mercado para identificar el perfil del visitante y turista.

Actividades de precisión o prototipado:

- Revisión del patrimonio natural y cultural (material e inmaterial) del territorio.
- Registro de inventario turístico con base en la cadena de valor del sector económico caprino, turístico y percepciones sensoriales en el territorio
- Visita in situ a participantes del proyecto: Se recomienda aplicar las orientaciones que ofrece el mapa de empatía como proceso de aprendizaje y recolección de información sobre qué piensa, qué siente, qué hace, qué dice, su visión empresarial, qué le gustaría hacer el caprinocultor o prestador de servicios turísticos.
- Taller teórico práctico en Diseño de experiencias turísticas.
- Elaboración del guion interpretativo de cada una de las experiencias.
- Adecuación y mejoras de ambientación del lugar en donde se van a realizar las experiencias.
- Organizar y empoderar el equipo de colaboradores de las experiencias.
- Estructurar e implementar protocolo de plan de contingencia y de emergencia.
- Estructurar e implementar protocolo de atención y servicio al cliente.

Actividades de seguimiento

- Organizar y evaluar la validación pre-comercial de las experiencias turísticas con amigos y familiares para medir la operación logística.
- Con la evaluación de la validación pre-comercial se realizan los ajustes pertinentes de las experiencias
- Se vuelve a programar una nueva validación comercial, pero invitando a personas estratégicas externas con habilidades para influenciar en redes sociales.
- Evaluar nuevamente los resultados de la validación comercial y realizar ajustes
- Elaborar plan de mercadeo y comercialización de la experiencia turística del producto agroturístico en caprinocultura
- Definir equipo de colaboradores que se encargaran de promocionar el producto agroturístico en caprinocultura.
- Planear y organizar calendario de eventos para promocionar el producto agroturístico en caprinocultura.
- Evaluar mensualmente la programación del calendario de eventos. Registrar la toma de decisiones a través de un acta de reuniones y hacer seguimiento a compromisos.
- La medición de resultados en periodo de tiempo mensual ayudará en el proceso de posicionamiento del producto agroturístico en caprinocultura

4. Conclusiones

Es el patrimonio natural y cultural (material e inmaterial) junto con la etología (ciencia que estudia el comportamiento de los animales en entornos naturales), el aprendizaje significativo, lo que ayudó a vislumbrar la esencia primaria comportamental de la comunidad, que a través de la historia y adaptación en el tiempo ha venido consolidando su identidad cultural en el municipio de Capitanejo.

Diseñar un producto turístico es analizar infinidad de variables para robustecer una propuesta intangible desde la potencialidad de un territorio que tiene grandes posibilidades de convertirse en un destino turístico, siempre y cuando los participantes sean empoderados desde el desarrollo de habilidades y destrezas, requisito indispensable para el trabajo en equipo, comprometido en la co-creación de experiencias agroturísticas con alta dosis de sensorialidad hacia la apreciación de los detalles que ofrece el turismo rural como tendencia mundial.

En relación al plan de formación propuesto por el proyecto, fue de gran importancia para sensibilizar sobre la productividad y compromiso con el negocio; las buenas prácticas de sostenibilidad y responsabilidad turística unifica esfuerzos con el cuidado del medio ambiente, protección de la comunidad residente, valoración del patrimonio natural y cultural del territorio y la dignificación del trabajo laboral con pagos justos.

Con el instructivo de prototipo de producto agroturístico como modelo de proceso de innovación, se espera que sea replicado en otros territorios para beneficiar al gremio caprinocultor bajo el liderazgo de FEDEANCO, el equipo visionario que, inicialmente, propuso la idea de realización del proyecto en colaboración con el Centro Agroempresarial y Turístico de Los Andes del SENA Regional Santander, y que hoy ya es una realidad.

5. Referencias

- Alcaldía de Capitanejo. (s.f.). Plan de desarrollo Municipal 2020 - 2023.
- Buitrago Núñez, D. A. (2020). Costos ABC para la producción de leche y carne en el municipio de Capitanejo, Santander. Revista Aglala. Obtenido de <https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/1701>
- Colombia Productiva. (s.f.). Buenas prácticas en sostenibilidad para turismo de naturaleza Guías. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/PTP/media/documentos/Gu%C3%ADas%20de%20Buenas%20Pr%C3%A1cticas%20Turismo%20Naturaleza/2Webinar-GBP-GUIAS-TURISMO.pdf>
- Destino Chicamocha. (s.f.). Destino Chicamocha. Obtenido de <https://www.destinochicamocha.com/quienes-somos/>
- FONTUR. (s.f.). Guía Técnica del Manual de Buenas de turismo responsable. Obtenido de https://portucolombia.mincit.gov.co/portal_turistico_colombia/media/observatorioturistico/Pdf/Manual-de-buenas-practicas-de-Turismo-Responsable.pdf
- Junta de Extremadura, España. (s.f.). Guía Didáctica de Modelo CANVA. Obtenido de https://culturaempresarial.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas.pdf
- Machado, E., & Hernandez, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. Teoría y Praxis.
- Mincetur, Perú. (Julio de 2020). Guía para el diseño de experiencias turísticas. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2359232/Gu%C3%ADa%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20experiencias%20tur%C3%ADsticas.pdf>

- Mincit. (Septiembre de 2012). Política de Turismo de Naturaleza. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=538cfa4b-0308-49b2-85f5-4fc700328825>
- Molano L, O. L. (7 de Mayo de 2007). Identidad Cultura, concepto que evoluciona. Opera. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>
- Pulido-Fernández, J. I., & Navarro Hermoso. (17 de Febrero de 2014). Identificación de items para medir las experiencias. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5316839.pdf>
- Ramírez Hernández, O. I. (1 de Abril de 2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. Obtenido de <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Senado, Colombia. (8 de Julio de 2022). Ley 2239 DE 2022. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30044422>
- Ugarte, X. (2007). Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel nacional e internacional. Obtenido de https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/2313/9788497508605_content.pdf?s
- USAID, El Salvador. (s.f.). Caja de herramientas para la innovación. Obtenido de https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00WJGM.pdf
- Villamizar Cáceres, L. E. (2022). Emprende con competencias blandas. Obtenido de https://issuu.com/juanpersand/docs/libro_-_competencias_blandas_para_emprender_digit