



**DNP** Departamento  
Nacional  
de Planeación



Agencia de Cooperación  
Internacional del Japón

Estrategia de desarrollo local incluyente OVOP Colombia  
Documento metodológico #07

# *Manual de Participación y Desarrollo Comunitario*

Febrero 2018





## Manual de Participación y Desarrollo Comunitario

1.	Preámbulo .....	1
2.	Desarrollo Comunitario de OVOP incluyente .....	2
2.1	Aumento de participación e inclusión social y fortalecimiento de la cohesión social .....	2
2.1.1	Fortalecimiento de líderes OVOP comunitarios .....	2
2.1.2	Fortalecimiento del orgullo y la cohesión social .....	3
2.1.3	Selección de los productos OVOP .....	4
2.1.4	Establecimiento de visión común .....	4
2.1.5	Herramientas para ampliación de participación OVOP .....	5
2.1.6	Formulación de plan de acción .....	7
2.1.7	Ampliación de la iniciativa para promover la inclusión de diferentes sectores y grupos ..	8
2.1.8	Inclusión social para integración comunitaria .....	10
2.1.9	Mejoramiento de los productos OVOP .....	13
2.1.10	Marca territorial .....	14
2.1.11	Organizaciones promotoras de OVOP .....	15
2.2	Aliados de apoyo externo para promover OVOP incluyente .....	15
2.2.1	Rol de los gobiernos locales .....	16
2.2.2	Rol de los gobiernos departamentales .....	16
2.2.3	Alianza con universidades .....	17
2.2.4	Alianza con el sector privado .....	17
3.	Resumen .....	19
4.	Anexo .....	20



## 1. Preámbulo

El Proyecto OVOP Colombia, oficialmente denominado: "Fortalecimiento de un mecanismo para la implementación de OVOP Colombia", se ha ejecutado desde el año 2014 hasta el 2018, y su objetivo específico es: "Establecer un modelo de desarrollo local incluyente basado en los principios del Movimiento OVOP como una estrategia de la política de desarrollo local en Colombia". El objetivo superior consiste en: "Fortalecer la cohesión social y la autogestión de las comunidades para revitalizar los territorios y contribuir a la paz en Colombia".

Colombia es uno de los países en el mundo con mayor desigualdad socioeconómica<sup>1</sup>. Dicha brecha se hace más evidente entre las ciudades y los pueblos, e incluso entre las zonas urbanas y rurales de cada municipio. Esta desigualdad ha sido uno de los factores que propició el conflicto armado y que lo mantuvo vigente por más de cincuenta años. En diciembre del año 2016 se firmó el acuerdo de paz entre el Gobierno de Colombia y las FARC. Colombia está comprometida con el desarrollo local, dando prioridad a los municipios afectados por el conflicto.

Dado este contexto, OVOP Colombia y su objetivo de buscar el desarrollo local incluyente, puede ser una estrategia y metodología efectiva que permita superar las barreras políticas y económicas, para llevar a cabo una adecuada transición hacia la paz.

OVOP Colombia ha establecido dos lineamientos, que se han constituido en el marco de la "revitalización del territorio" y que han permitido conectar los esfuerzos de trabajo hacia las comunidades a nivel nacional y territorial, así como al interior de la comunidad misma. Estos dos lineamientos son: "Participación e inclusión social" y "Competitividad de los productos".

Este "Manual de Participación y Desarrollo Comunitario" se ha formulado precisamente desde una perspectiva de participación y desarrollo comunitario, con base en las buenas experiencias y lecciones aprendidas de las once iniciativas del lineamiento de "Participación e inclusión social". Las buenas experiencias y lecciones aprendidas de las once iniciativas están anexadas como referencias en la última parte del manual. Este manual tiene por objetivo complementar el

---

<sup>1</sup>Coefficiente de Gini, en el año 2016 Colombia está ubicada en octavo lugar a nivel mundial

---

“Documento Estratégico de Desarrollo Local Incluyente OVOP Colombia” y retomar la experiencia de los últimos cuatro años.

## 2. Desarrollo Comunitario de OVOP incluyente

### 2.1 Aumento de participación e inclusión social y fortalecimiento de la cohesión social

En la implementación de OVOP, los beneficios pueden ser reducidos si OVOP se concentra solamente en el mejoramiento de la competitividad del producto. Ese enfoque generaría más desigualdad en la comunidad. Por esa razón, se considera que el aumento de participación e inclusión social son fundamentales para ampliar los beneficios de la implementación de OVOP en Colombia. En el lineamiento de participación e inclusión social, se hace énfasis en la promoción de la participación comunitaria de los diferentes sectores y grupos vulnerables.

Otro aspecto importante en el lineamiento de participación e inclusión social, es la búsqueda de OVOP por mejorar la cohesión social, a efecto de lograr una sociedad que sea capaz de promover su desarrollo comunitario o autogestión.

#### 2.1.1 Fortalecimiento de líderes OVOP comunitarios

A diferencia del desarrollo comunitario tradicional, en OVOP, los miembros de la comunidad actúan como actores principales para impulsar la revitalización del territorio. En este sentido, es fundamental tener líderes OVOP comunitarios que entiendan y se apropien del concepto de OVOP, los cuales a su vez lo transmitirán a sus comunidades.

En una iniciativa del Proyecto OVOP, un alcalde que había participado en el curso de OVOP en Japón, tomó la decisión de aplicar OVOP en su municipio; organizó varias actividades y eventos, y hasta promulgó el día de OVOP, para dinamizar este enfoque en su comunidad. Sin embargo, durante el cambio de gobierno local, el alcalde terminó su mandato y otro lo sustituyó con inquietudes diferentes. Como no había líderes en la comunidad que dieran continuidad a la iniciativa anterior, las actividades de OVOP en ese municipio desaparecieron.

La lección aprendida es, que se debe tener líderes OVOP comunitarios, - estos van a ser los promotores principales de OVOP en su comunidad-, de forma tal que promuevan el proceso de implementación de la estrategia OVOP en su territorio.

Normalmente, existen uno o varios líderes en la comunidad. En el proceso del desarrollo comunitario, OVOP busca conformar un **liderazgo colectivo** que pueda administrar la diversidad de la sociedad y dar influencia positiva a toda la comunidad. Quiere decir que varias personas tomen el liderazgo en diversas formas, para que la comunidad pueda sentirse motivada en una dirección determinada y actuar, pero siempre con base en el trabajo en equipo (*Ver la "Guía de fortalecimiento de los líderes de OVOP"*).

- *Mirar los referencias para conocer más detalles de el documento de las buenas prácticas y lecciones aprendidas anexado en el último parte del documento.*

**Referencia :** *San Vicente de Ferrer, Susa, Villavieja, Paipa-Sotaquirá, Tierradentro*

### 2.1.2 Fortalecimiento del orgullo y la cohesión social

OVOP Colombia tiene como eslogan "Mi Pueblo, Mi Producto, y Mi Orgullo". Como se manifiesta en el eslogan, OVOP da gran importancia a la localidad, especialmente los recursos locales. Los recursos locales que posee la comunidad pueden ser tangibles e intangibles tales como: cultura, historia y naturaleza, y se considera que son tesoros compartidos en la comunidad. En la promoción de OVOP, dichos tesoros son proyectados como el orgullo y la identidad compartidos por la comunidad, y se anima a fortalecer la cohesión social y territorial para promover el desarrollo local.

En Colombia, existen recursos locales abundantes; sin embargo, no se da cuenta de que se puede beneficiar con estos recursos locales para lograr el desarrollo de su territorio. En OVOP, se comienza a valorar sus riquezas.

Tomando en cuenta lo anterior, se organizan los talleres de redescubrimiento de tesoros locales OVOP (*Ver la "Guía de taller de redescubrimiento de tesoros locales OVOP"*), en los que se busca identificar, confirmar, o reconfirmar los recursos locales y tesoros que posee el territorio. Para

lograr el mejor resultado, los coordinadores del taller deben invitar a pobladores de la comunidad que pertenecen a varios sectores y grupos , a efecto de lograr descubrir conjuntamente las diversas riquezas del territorio.

**Referencia:** Susa, Filandia, Villavieja

### 2.1.3 Selección de los productos OVOP

Después del taller de redescubrimiento de recursos locales y tesoros, la comunidad debe seleccionar varios productos. Lo importante en esta etapa es lo siguiente: 1) los productos candidatos deben tener características locales, 2) los productos son producidos e industrializados localmente, 3) los productos motivan orgullo, amor, e identidad de la comunidad, 4) los productos pueden convertirse en productos de valor agregado.

En el próximo etapa, los productores deben hacer el estudio de *cadena de valor* respecto de los productos seleccionados. En cuanto a la *cadena de valor*, debe ponerse atención al nivel de participación en la selección de los productos. Aún cuando la comunidad sienta orgullo y amor por el producto, si la *cadena de valor* del producto es limitada y no involucra a una importante cantidad de personas, generando procesos de inclusión social, NO es apropiado seleccionarlo como producto de OVOP, porque tendría limitaciones para ser desarrollado.

OVOP Colombia es un esfuerzo enfocado en: la identificación y potencialización de las características únicas de cada territorio, en la creación de productos que utilizan esos recursos locales y el reconocimiento de un mercado adecuado para la venta de los productos, a través del fortalecimiento de la identidad, la pertenencia y el orgullo hacia el territorio.

**Referencia:** Sus, San Vicente de Ferrer, Mompo, Filandia

### 2.1.4 Establecimiento de visión común

El taller del “sueño colectivo” (Ver la “Guía para la construcción del sueño colectivo OVOP”) tiene el propósito de promover el trabajo colectivo para alcanzar el objetivo común propuesto y fortalecer la visión común de la comunidad.



En el pueblo de Oyama, localizado en una zona montañosa alejada de los centros urbanos de la prefectura de Oita en Japón, surgió el sueño colectivo de ir a Hawái, y se propusieron aumentar los ingresos de los habitantes del territorio a través de la promoción de la agricultura, específicamente de la producción de ciruelas y castañas, con lo cual se aprovecharían las ventajas inherentes de las características geográficas del pueblo. En Japón existe la cultura de trabajar juntos, en equipo, para lograr un objetivo común; sin embargo, en la cultura colombiana, se trabaja de manera más individual. A pesar de estas circunstancias, OVOP Colombia anima a establecer metas comunes que motiven a las comunidades a reunirse para trabajar juntos. Los logros obtenidos pueden ayudar a reafirmar la confianza en el trabajo en equipo.

**Referencia:** *Susa, La Chamba*

#### 2.1.5 Herramientas para ampliación de participación OVOP

A continuación, se presentan las herramientas para aumentar la participación en las actividades de la iniciativa. Conviene poner atención en que, para aplicar estas herramientas, se requieren ciertas condiciones: Se debe escoger el momento adecuado para aplicar las herramientas. Los impactos pueden ser diferentes dependiendo del tipo de producto que se quiere promover en la iniciativa, y los aspectos social y cultural en el territorio.

- **FAM TRIP o Viaje de familiarización**

El FAM TRIP o viaje de familiarización es una herramienta efectiva, especialmente para promover las iniciativas con productos de turismo. Se visita para conocer y confirmar los productos y servicios ofrecidos por los participantes de OVOP a su propia comunidad. Eso puede contribuir a fortalecer las relaciones entre los participantes de OVOP, y mejorar la articulación interna de ellos, generando redes de apoyo, lo cual permite aumentar la confianza entre los pobladores de la propia comunidad.


Acompañamiento de funcionarios del gobierno local está también recomendado, para que ellos puedan comprender mejor lo que se pretende mediante OVOP.

**Referencia:** *Villavieja Filandia*

- **Catálogo Comunitario:**

El catálogo comunitario, se produce de manera participativa y tiene por objetivo mostrar los productos y servicios que motivan orgullo en la comunidad. En este sentido, debe evitarse la confusión con otro tipo de catálogos, que tienen por objetivo mostrar la comunidad hacia fuera. La producción del catálogo comunitario es una herramienta útil para promover la cogestión social e integración de la comunidad hacia dentro.


**Referencia:** Villavieja

<p>Ejemplo 1: Viilavieja</p>	
<p>El municipio de Villavieja, en el departamento de Huila, tiene la iniciativa de turismo astronómico como un producto OVOP. Se organizó un FAM TRIP, para conocer los productos y servicios de dos comunidades: el Casco Urbano (o centro) y el desierto de la Tatacoa del mismo municipio. Los participantes de la comunidad del desierto de Tatacoa, así como guías turísticos, dueños de hoteles y de restaurantes visitaron el Casco Urbano (o centro) de su municipio. Posteriormente, los participantes de la comunidad del Casco Urbano (o centro) del municipio, el operador de viajes, los dueños del restaurante, y los vendedores, visitaron la comunidad del desierto Tatacoa, para conocer sus productos y servicios. Se descubrieron y redescubrieron los recursos locales y tesoros que se presentaron en ambas partes. Como resultado, los participantes de ambas comunidades se integraron y se fortaleció la cohesión social en el territorio.</p> <p>El Comité OVOP local (Grupo OVOP) en Villavieja, elaboró el catálogo comunitario. Después de la publicación del catálogo comunitario, surgieron varias personas expresando su interés por participar en la iniciativa.</p>	

- **Eventos: festivales y ferias**

Organizar eventos tales como festivales y ferias en torno a los productos y servicios de OVOP, puede crear oportunidades para promocionar OVOP y aumentar la participación comunitaria. Estos eventos pueden ser organizados por el Comité local OVOP, y agregar actividades especiales que puedan contribuir a aumentar: orgullo, amor, identidad, cohesión social e integración de la comunidad.

**Referencia:** *Tierradentro, Villavieja, Mompox, Filandia, Paipa-Sotaquirá, Tuchín*

<p>Ejemplo 2: Tuchín</p>	
<p>El municipio de Tuchín, en el departamento de Córdoba, seleccionó el sombrero vueltiao, como el producto de OVOP, que representa el orgullo local. Cada año se organiza el Festival del Sombrero Vueltiao con música y venta de sombreros, pero en el año 2015, se aprovechó para invitar a tejedoras de caña flecha -la materia prima del sombrero vueltiao-, para que hicieran demostración de sus actividades. Se organizó el concurso de tejedoras para mostrar la tradición tuchinera a través de diferentes diseños de tejidos. Las tejedoras hacen el trabajo fundamental de la fabricación de los productos. Esta actividad contribuyó a aumentar el orgullo por la tradición tuchinera y reconfirmar la identidad sociocultural a través de los productos de caña flecha.</p>	

### 2.1.6 Formulación de plan de acción

En el plan de acción que los participantes del Comité local OVOP van a formular, se va a clasificar las actividades en tres partes: "Participación e inclusión social", "Competitividad de producto", y "Aspecto organizacional". En la parte de "Participación e inclusión social", los participantes antes de formular el Plan de Acción, deben pensar en aquellas actividades que puedan involucrar

diferentes sectores y grupos, incluyendo a los grupos vulnerables, para lograr la integración y el fortalecimiento comunitario a través de OVOP.

Algunas actividades que se puede planificar en la parte de "Participación e inclusión social" son, por ejemplo: divulgación y socialización de OVOP en radio, tener charlas de OVOP en las escuelas y colegios, actividades comunitarias como limpieza de calles o concurso de fotografía en la comunidad.

En la formulación del plan de acción, debido al nivel de capacitación de los participantes, a veces tienen dificultades para hacerlo apropiadamente a nivel comunitario. De ahí que sea importante buscar un apoyo de parte de aliados, como el gobierno local o entidades promotoras a nivel departamental.

Hay también casos en que el contenido del plan puede ser demasiado ambicioso, lo que necesita adecuarse a las posibilidades reales, en términos de recursos y tiempo. El plan de acción debe ser factible, o realizable, sin expectativas imposibles.

Para implementar OVOP, se conforma el Comité local OVOP. En OVOP, los protagonistas son los pobladores de la comunidad, y el gobierno local participa como aliado y es parte de este espacio de coordinación.

**Referencia:** *Susa, Paipa-Sotaquirá, Tuchín, La Chamba*

#### 2.1.7 Ampliación de la iniciativa para promover la inclusión de diferentes sectores y grupos


Hay ocasiones en que la participación no aumenta. Estos son los casos en los que se necesita algunas acciones para ampliar la iniciativa, a fin de que otros pobladores de la comunidad, diferentes sectores y grupos, participen en la iniciativa de OVOP.

- Planificación participativa con la metodología del marco lógico

En caso de que la iniciativa de OVOP esté muy reducida, en tanto que sector particular o grupo particular, se recomienda realizar el taller de planificación participativa, con la metodología del el

marco lógico (PCM - Manejo del Ciclo del Proyecto). El PCM es una herramienta, cuyo objetivo original es planificar la solución a un problema; pero en OVOP, el taller de planificación participativa, con la metodología del PCM funciona para abrir la iniciativa a otros sectores y grupos que tienen relación con esta. (Ver la "Guía de Planificación Participativa").

**Referencia:** Paipa-Sotaquirá, Filandia, Mompo

<p>Ejemplo 3: Paipa y Sotaquirá</p>	
<p>Los municipios de Paipa y Sotaquirá, en el departamento de Boyacá, han seleccionado la iniciativa del Queso Paipa. Sin embargo, sólo participaba ASOQUESOPAIPA (Asociación de Queso Paipa); conformada por 10 empresas y 1 cooperativa.</p> <p>El municipio de Paipa tiene: la memoria histórica de la batalla del Pantano de Vargas por la independencia, un lago con bonito panorama, y un SPA de agua caliente. No obstante, el queso paipa y el turismo no han sido integrados.</p> <p>Para ampliar la iniciativa al sector turismo, se organizó un taller de planificación participativa con la metodología del PCM invitando a: productores de queso, productores de leche, comerciantes del sector, hoteleros, dueños de restaurantes y del sector público, a la alcaldía de Paipa, la alcaldía de Sotaquirá, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Como resultado, cada sector logró formular el plan de acción en torno al queso paipa.</p> <p>Asimismo, en el sector de leche, representantes de la cooperativa AGROLAC -tiene alrededor de 80 pequeños productores de las veredas-, participaron en este taller. A partir de esta actividad, la iniciativa de Paipa logró incluir a población vulnerable en las veredas incluyendo mujeres cabeza de familia, y ancianos.</p>	

● Intercambio:

Realizar intercambio entre dos iniciativas es una manera eficaz de aprender las experiencias de OVOP. Sin embargo, deben tener claras ciertas condiciones para tener resultados fructíferos, por ejemplo: ¿cuál es el objetivo del intercambio?, ¿cuál es el tema de la iniciativa?, etc. Deben seleccionar aquella iniciativa que tenga características similares, tanto en el tipo de iniciativa como en el territorio. Es beneficioso también que los grupos pares se reúnan, es decir: los grupos de mujeres, jóvenes, campesinos, incluso las alcaldías y otros aliados.

**Referencia:** Paipa-Sotaquirá, Filandia, Villavieja

Ejemplo 4: Villavieja	
<p>Los participantes de OVOP en Villavieja, que implementan la iniciativa de turismo astronómico, visitaron la iniciativa de Filandia, para aprender de qué manera los filandinos están promoviendo la iniciativa "Festival del Camino a Quindío" y la iniciativa de eco-turismo en las zonas rurales. Los filandinos mostraron sus productos y servicios en las zonas urbanas y rurales. Al conocer la iniciativa de Filandia, los participantes de OVOP en Villavieja se motivaron. Especialmente, cuando ellos fueron a la vereda de La India, aprendieron que se estaba utilizando el ambiente natural de las zonas rurales, lo cual no se habían imaginado que podía convertirse en producto turístico. Al regresar a Villavieja, se invitó a los campesinos de la vereda de El Duche para preparar el paquete de eco-turismo con la producción de cacao.</p>	

### 2.1.8 Inclusión social para integración comunitaria

Como se ha mencionado anteriormente, OVOP busca no solamente aumento de participación. Es una estrategia de desarrollo local incluyente que promueve la integración comunitaria, especialmente de aquellos sectores o poblaciones vulnerables.

Los grupos vulnerables tienen tendencia a mantenerse aislados y/o marginados. Por esta razón, OVOP incentiva la participación de todas las personas, es decir: hombres, mujeres, jóvenes, adultos, adultos mayores; personas pertenecientes a grupos indígenas y étnicos, personas en condición de vulnerabilidad como mujeres cabeza de hogar, discapacitados, desplazados, desmovilizados, entre otros. Aunque depende de la comunidad, en general existe la tendencia a que las personas vulnerables queden aisladas y/o marginadas. Considerando lo anterior, OVOP busca la participación incluyente de personas vulnerables, para que ellos puedan integrarse en la comunidad.

A continuación, se mencionan puntos clave para lograr la inclusión social en OVOP.

- **Campesinos en las veredas :**

En Colombia, la desigualdad económico-social se encuentra tanto en las zonas urbanas como en las rurales. Dentro del mismo municipio, existe desigualdad en el acceso a infraestructura y servicios básicos, así como también las zonas rurales están aisladas del casco urbano (zona central) del municipio. Históricamente las zonas rurales no han podido alcanzar el desarrollo y en consecuencia, ser campesino ha sido sinónimo de ser pobre. Dada esta situación, es muy importante incluir las zonas rurales.

En algunas iniciativas se ha dado oportunidad a los campesinos de participar en actividades, como por ejemplo: el “Mercado campesino”. Pero, para lograr el desarrollo comunitario incluyente, es necesario integrar a los campesinos en la cadena de valor del producto OVOP, a través de su vinculación en las actividades de OVOP, tales como: capacitación para mejorar sus conocimientos y técnicas .

**Referencia:** *Paipa-Sotaquirá, Filandia, Villavieja, Tierradentro*

- **Los jóvenes**

En muchos pueblos, los jóvenes quieren irse a vivir a la gran ciudad, pero esa situación se convierte en un problema, porque se espera que los jóvenes continúen la cultura y el oficio tradicional del pueblo. OVOP ha promovido en los jóvenes los valores socioculturales y el sentimiento de orgullo por los productos que el pueblo posee, a través de diferentes actividades.

En el municipio de Mompox, departamento de Bolívar, El producto bandera es la joyería en técnica de filigrana; pero con el apoyo del Ministerio de Cultura, aliado del Comité nacional de OVOP, se organizó un evento especial de danzas tradicionales de las zonas rurales. Desde esta ocasión, se ha continuado dinamizando las danzas tradicionales de las zonas rurales.

**Referencia:** *La Chamba, Tuchin, Mompox*

- **Desplazados**

En Colombia, más de 7,3 millones de personas están registradas como desplazados<sup>2</sup>. Es pertinente mencionar que los desplazados también participan en las iniciativas del Proyecto OVOP. En el caso de los desplazados de Tuchín, , como los negocios de caña flecha son más informales, se permitió a los desplazados de otros pueblos que ingresaran en el negocio indígena tuchinero. Sin embargo, se debe estar atento a que los desplazados también tengan acceso al negocio local en la comunidad.

**Referencia:** *Tierradentro*

- **Discapacitados**

En Colombia, alrededor de 218,250 víctimas del conflicto armado reportan algún tipo de discapacidad<sup>3</sup>. En San Vicente de Ferrer, en el departamento de Antioquia, que antes fue zona del conflicto, actualmente viven más de 700 discapacitados. En San Vicente, el fique fue seleccionado como producto OVOP. Históricamente se lo utilizaba para producir sacos, tapetes, y artesanías, y de hecho motiva orgullo, amor, e identidad en la comunidad. Es un producto de trabajo manual que permite la participación de los discapacitados. Por esas razones, se quiere recuperar el oficio de producción de artesanías; lamentablemente, desde que aparecieron productos alternativos tales como los plásticos, no hay suficiente producción de materia prima y la oportunidad del negocio de fique en el mercado, ya no es como antes.

---

<sup>2</sup> Ver Fuente Red Nacional de Información: RNI-01/ENE/2018, <https://cifras.unidadvictimas.gov.co/Home/General>

<sup>3</sup> Ver Fuente Red Nacional de Información: RNI-01/ENE/2018

<https://cifras.unidadvictimas.gov.co/Home/Discapacidad?vvg=1>



Por otro lado, en la vereda La Chamba, en el municipio de El Guamo, se seleccionó como producto, el barro negro. Los hombres buscan materia prima, pero tanto mujeres como hombres participan en la producción, la cual incluye: madres cabeza de hogar, embarazadas, adultos mayores, y personas en condición de discapacidad.

En la selección del producto OVOP, se debe analizar si la elaboración del producto permite la apertura suficiente para dar oportunidad a diferentes grupos de personas vulnerables.

**Referencia:** *San Vicente de Ferrer, La Chamba*

- Desmovilizados

A este momento, no está claro si los desmovilizados de las FARC, que están en las 27 *zonas veredales transitorias de normalización*, van a regresar a sus pueblos de origen o se van a quedar en las zonas veredales; sin embargo, OVOP busca darles a ellos una oportunidad para reintegrarse.

En el caso de Tierradentro, en el departamento de Cauca, los representantes de los gobiernos locales y de las comunidades, hicieron una visita a las zonas veredales, para la socialización entre comunidades y desmovilizados. En esta ocasión, se presentó el enfoque OVOP que se trabaja en Tierradentro; se explicó de qué manera OVOP busca oportunidades para que los pobladores de la comunidad se integren y se promueva la confianza entre ellos.

**Referencia:** *Tierradentro*

### 2.1.9 Mejoramiento de los productos OVOP

OVOP se desarrolla bajo tres principios: "autogestión y creatividad", "pensar globalmente y actuar localmente", y "desarrollo de recursos humanos". Con estos tres principios, las comunidades mejoran sus productos y servicios para transformarlos en productos OVOP, y este mejoramiento contribuye a generar más participación.

Los participantes de OVOP no se quedan esperando que el apoyo llegue a la comunidad. Al contrario, se identifica la necesidad y se busca el apoyo desde la comunidad.

En las iniciativas del Proyecto OVOP, muchos productos han sido apoyados y mejorados por los aliados; es decir, las entidades públicas. Por ejemplo: con el apoyo de SENA, la cooperativa AGROLAC de Queso Paipa, mejoró su empaque para mantener la calidad del producto. En Susa, la canasta tradicional para vender tomate cherry ha sido sugerido a cambiar por la canasta plástica, para que no se dañen los productos.

**Referencia:** Villavieja, Susa, Paipa-Sotaquirá

#### 2.1.10 Marca territorial

La marca territorial es una herramienta que facilita el posicionamiento de la imagen territorial, la cual refleja la aspiración de un territorio; esto es, cómo quieren las personas que sea su territorio y cómo quieren que la gente, afuera de ese territorio, lo reconozca. Desde el punto de vista de la participación, la marca territorial, se entiende como orgullo e identidad de la comunidad; eso contribuye al aumento de la cohesión social y a la diferenciación productiva.

La iniciativa de Villavieja, tenía su marca territorial desde tiempo atrás, cual era: "Una Ventana hacia el Universo", pero no había sido articulada como una marca territorial propia de Villavieja. Sin embargo, a medida que OVOP comenzó a avanzar, se inició el proceso de aceptación de la marca territorial por parte de Villavieja, reflexionándola como parte de su sentimiento de identidad y a la vez asumiendo su producto, el turismo astronómico. En el año 2018, con el apoyo de la alcaldía y la gobernación de Huila, a través del FONTUR (Fondo de Turismo), se reconoció oficialmente su marca territorial, y la comunidad se la está utilizando con mucho orgullo.

Los municipios de Inzá y Páez en Tierradentro, departamento de Cauca, donde se promueve el turismo étnico, se creó la marca territorial "Tierradentro: Maravillas por Vivir" para promocionar el turismo étnico. Recientemente se ha modificado la marca territorial, por lo cual ahora se la denomina: "Tierradentro: Mágico y Natural" para destacar los aspectos atractivos y hacer la promoción hacia fuera.

**Referencia:** Villavieja, Tierradentro

### 2.1.11 Organizaciones promotoras de OVOP

Al promover OVOP, se forma el Comité local OVOP con individuos, empresas y organizaciones de diferentes sectores y grupos que tienen interés en OVOP. Aparte del Comité local OVOP, a medida que se avanza en las actividades de OVOP, en algunas iniciativas se ha venido creando organizaciones que tienen visión más amplia, enfocadas en el desarrollo local de la comunidad. La opción que cada organización ha escogido, ha sido diferente; algunos han optado por crear una corporación, otros por empresas o sociedades, las cuales realizan diversos trabajos y servicios de manera independiente, con el fin de conseguir un beneficio común.

En Tierradentro, departamento de Cauca, se formó una corporación antes del inicio del Proyecto OVOP Colombia. Su nombre es CEMTUR (Corporación Empresarial Destinos Turísticos Tierradentro). CEMTUR cuenta con 29 socios, entre guías, comerciantes, artesanos, hoteleros, y otros, tanto en el municipio de Inzá como en Páez. CEMTUR hace la planificación y la gestión de venta de los productos y servicios comunitarios, ofrece eco-turismo y turismo comunitario, planifica y gestiona eventos tales como: ferias, eventos especiales y conferencias.

En el municipio de Filandia (Quindío), se creó TAVANTE S.A.S. de la cual forman parte más de 80 accionistas, los cuales expresan como un sueño “emprender un turismo sostenible y rentable”, a partir de la experiencia de OVOP. TAVANTE logró como primer caso de alianza público-privada, la administración del mirador construido por la alcaldía municipal.

**Referencia:** *Filandia, Tierradentro*

## 2.2 Aliados de apoyo externo para promover OVOP incluyente

Para lograr el desarrollo local incluyente en OVOP, la comunidad busca apoyo de aliados en el territorio. Los aliados pueden ser: entidades públicas a nivel local, departamental, regional, y nacional, universidades y empresas privadas. Los aliados también deben entender y aplicar la misma lógica del mecanismo de OVOP Colombia, de manera que ambas partes puedan lograr ganancias.

### 2.2.1 Rol de los gobiernos locales

Los gobiernos locales acompañan y monitorean las iniciativas. Ellos actúan como promotores de OVOP, en actividades tales como la organización de eventos. Los gobiernos locales deben también buscar apoyo para promover la iniciativa, aún careciendo de fondos, comunicando las necesidades a otras entidades a nivel departamental y regional. Estas acciones pueden contribuir a mejorar la confianza de la comunidad hacia los gobiernos locales.

Por otra parte, en los municipios pequeños, se ha encontrado a veces, la situación conflictiva entre algún gobierno local y algún líder o líderes de OVOP en la comunidad, por diferencias políticas, y/u otras razones. Si el gobierno local no estuviera de acuerdo con la implementación de OVOP, se debe esperar a que el gobierno local vaya comprendiendo progresivamente el verdadero interés de la comunidad.

**Referencia:** Villavieja Susa

### 2.2.2 Rol de los gobiernos departamentales

El Comité departamental OVOP es indispensable para la divulgación de OVOP en Colombia. Como OVOP ha sido incorporado en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 y 2014-2018, muchos departamentos, por decreto, han formado el Comité departamental OVOP y designado la oficina coordinadora de OVOP en cada departamento. Algunos casos son: la Oficina de Productividad y Competitividad de la Secretaría de Planeación en el departamento de Huila (Decreto 227 del año 2013); la Secretaría de Productividad, TIC y Gestión del Conocimiento en la Gobernación de Boyacá (Decreto 1223 del año 2010); la Secretaría de Planeación en el departamento de Cundinamarca (Decreto 069 del año 2011). Aparte del apoyo de la gobernación, en el Proyecto OVOP, la Cámara de Comercio también ha ofrecido su rol como coordinador de OVOP en el departamento de Quindío.

En la reunión del Comité departamental OVOP, deben participar las entidades aliadas que apoyan la iniciativa de OVOP, así como los representantes del Comité local OVOP, y la alcaldía local.

En cuanto al apoyo financiero, en el uso del sistema de regalías, si este funciona como complemento a las actividades de OVOP en la comunidad, se lo puede aprovechar. Pero, hay que evitar tener dependencia de este sistema para promover el OVOP.

La oficina coordinadora del Comité departamental OVOP, puede asumir otros apoyos para promover OVOP, a saber: en forma de producción de video promocional, enviando mensajes sobre las actividades de OVOP a través de los medios de comunicación social, y comunicándose con otros cooperantes para buscar los recursos adicionales de apoyo a las iniciativas.

**Referencia:** *Tierradentro, Los Pastos, Tuchín, Mompox*

### 2.2.3 Alianza con universidades

Para promover OVOP, tener alianza con universidades también es positivo. En algunas iniciativas, las universidades participan en el Comité departamental OVOP. Los estudiantes de Maestría y/o Doctorado pueden colaborar en las iniciativas, elaborando estudios relacionados con sus tesis o realizando pasantías para ampliar sus conocimientos. Estas colaboraciones pueden ser complementarias al apoyo de entidades públicas, y también pueden ser una oportunidad para las universidades de contribuir al proceso de desarrollo local.

**Referencia:** *Villavieja, San Vicente de Ferrer, Paipa-Sotaquirá*

### 2.2.4 Alianza con el sector privado

Los aliados de OVOP no se limitan únicamente a entidades gubernamentales o universidades. Existen casos en donde se tiene alianza con empresas privadas.

La alcaldía de Villavieja organizó el primer “Festival de estrellas” en agosto de 2017 para promover el turismo astronómico. Asistieron más de 4,000 turistas al desierto de Tatacoa, pero después del evento, que significó fiesta, fogatas, y tiendas de campaña, abundó la basura, y esto generó un gran daño al medio ambiente. En esa ocasión, la comunidad asumió la responsabilidad del desarrollo sostenible, y pensó que debía actuar por sí misma para preservar el medio ambiente del desierto. Se trataba nada menos que de los recursos naturales, los cuales son el tesoro de su

comunidad. Se consiguió el apoyo de las empresas privadas y ellos mismos organizaron la campaña para proteger el ambiente comunitariamente.

**Referencia:** Villavieja

### 2.3. Otras sugerencias y puntos a considerar

#### 2.3.1. Organizaciones comunitarias

La participación en OVOP es variada: individual, organizaciones comunitarias de carácter productivo o social, funcionarios de las entidades públicas, representantes de resguardos indígenas y/o consejos comunitarios -si están presentes en el territorio; sin embargo, particularmente dentro de las asociaciones en las que se manejan productos, los productores frecuentemente se asocian por conveniencia para participar en las ferias. En esta situación, el asocio es por conveniencia para beneficio de sus propias empresas; por tanto, esto dificulta promover la venta colectiva, propósito central del enfoque OVOP. Las organizaciones de OVOP deben vincular no solamente el beneficio individual, sino también los beneficios de la organización y la comunidad.

**Referencia:** Paipa-Sotaquirá, Mompo

#### 2.3.2. Municipios asociados

Considerando las lecciones aprendidas del Proyecto OVOP, es evidente que cuando se asocian muchos municipios, OVOP no ha funcionado bien. En el caso de los municipios de Paipa y Sotaquirá, se reúnen para formar la iniciativa del Queso Paipa. En el caso de Tierradentro, donde se ha formado una alianza entre dos municipios similares, Inzá y Páez, para promover el turismo étnico, ambos se complementan y se ha logrado avanzar. En cambio, en el caso de Los Pastos, en el departamento de Nariño, se asociaron 20 municipios o 25 resguardos para promover el OVOP conjuntamente, y acá la experiencia no ha sido tan satisfactoria, porque ha sido difícil coordinar las acciones e intereses de todos. Teniendo en cuenta las experiencias mencionadas, se debe tener mucho cuidado de que no se asocien muchos municipios sin previo análisis de la situación.

Se debe estudiar: similitudes, particularidades, tamaño de los municipios, y luego decidir si es factible que se asocien varios municipios, a efecto de lograr mejores resultados.

**Referencia:** *Los Pastos, Sibundoy*

### 2.3.3. Comunidades inestables

Con base en las experiencias del Proyecto OVOP, se puede decir que algunas comunidades en Colombia presentan inestabilidad, por diferentes razones.

En las comunidades inestables, cuando los aliados intervienen en el territorio, se debe tener cuidado de no generar un impacto negativo. Así que, antes de ingresar a la comunidad, se debe tener conocimiento de la situación comunitaria. Y después de ingresar, se debe respetar las opiniones de la comunidad; y debe evitarse cualquier situación de confrontación, pretendiendo resolver algún conflicto (*Ver la Guía de los facilitadores*).

## 3. Resumen

Como se ha mencionado en los antecedentes, a diferencia de la estrategia de desarrollo tradicional, en la estrategia de OVOP la comunidad no debe quedarse esperando que el gobierno facilite todo el apoyo. OVOP se basa en que la comunidad sea la gestora y promotora de su propio desarrollo en el territorio.

En el lineamiento de "Participación e inclusión social", OVOP Colombia destaca la importancia del consenso y la apropiación de los productos identificados en el territorio como "nuestros productos", con el orgullo y el amor que ese proceso conlleva. La comunidad entonces, participa de manera activa y amplia, en búsqueda de mejorar sus condiciones de vida a través del amor, el orgullo, y la identidad por su territorio y los pobladores de la comunidad.

Estudiemos el documento de "***Estrategia Local Incluyente OVOP Colombia***", e iniciemos estableciendo la ruta del desarrollo comunitario incluyente OVOP. Se desea muchos éxitos a todos.

#### **4. Anexo**

Buenas prácticas y lecciones aprendidas de las once iniciativas



---

ANEXO



BUENAS PRÁCTICAS Y LECCIONES APRENDIDAS  
PARA AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN, LA INCLUSIÓN SOCIAL Y EL DESARROLLO COMUNITARIO, Y MEDIDAS  
Y CONSIDERACIONES

## I. Preámbulo

En Colombia, 12 municipios fueron seleccionados en la convocatoria del Departamento Nacional de Planeación (DNP), para implementar OVOP (One Village One Product), en el año 2011. El Proyecto de OVOP Colombia (Fortalecimiento de un mecanismo para la implementación de OVOP Colombia) inició en el año 2014 y apoyó en la implementación de 11 iniciativas, enfocándose en dos lineamientos: “Participación” y “Competitividad”.

El presente informe recoge: buenas prácticas, lecciones aprendidas, medidas y consideraciones, desde el punto de vista de participación (ampliación de participación, inclusión social, e apoyo de parte de aliados para la comunidad) para ser aplicadas a las iniciativas que las comunidades quieren comenzar. Asimismo, tiene por objetivo complementar el documento estratégico de OVOP (el documento de "Estrategia Local Incluyente OVOP Colombia"), que también se ha formulado basándose en los cuatro años de experiencia del Proyecto.

A continuación, la lista de las municipalidades y los productos de las iniciativas de las comunidades.

No.	Departamento	Municipio	Productos (Iniciativas)
1	Bolívar	Santa Cruz e Mompox	Joyas en técnica de la filigrana
2	Córdoba	Tuchín	Sombrero fino vultiao Zenú
3	Antioquía	San Vicente Ferrer	Artesanía en fique
4	Quindío	Filandia	Festival amino del Quindio
5	Boyacá	Paipa y Sotaquirá	Queso Paipa
6	Cundinamarca	Susa	Productos limpios
7	Tolima	El Guamo (La Chama)	Artesanía de la Chamba
8	Huila	Villavieja	Turismo astronómico
9	Cauca	Tierradentro (Inzá y Páez)	Tierradentro: Hacia una experiencia etnoturística
10	Nariño	Los Pastos (15 municipios de Nariño)	Fiesta al Sol: Inti Raymi del Pueblo Indígena
11	Putumayo	Valle del Sibundoy (4	Agroturismo y ecoturismo en reservas naturales y

		municipios)	fincas agroecológicas
12	Santander	Socorro	Panera pulverizada jugo de caña pulverizado

## II. Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias y Medidas de Consideraciones

### (1) Departamento de Bolívar, Municipio de Mompóx: Joyería en Técnica de Filigrana

#### 1) Antecedentes

Mompóx se caracteriza por ser una muestra clara de la arquitectura de la colonia española en el nuevo mundo, esto género que en 1959 el municipio fuera declarado Monumento Nacional y en 1995, Patrimonio histórico y cultural de la Humanidad por la UNESCO. En 2009, el arte de la joyería en técnica de filigrana fue seleccionado como un producto de OVOP en Mompóx.

#### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones

##### 2.1. Ampliación de Participación

Aumento de participantes: Además de la fabricación de filigrana, se encuentran los productos de artesanías tradicionales tales como muebles (mecedora) y bordados artesanales (guayabera) en el municipio de Mompóx. En julio 2015, se formó el Comié local OVOP con la participación de: 2 (dos) grupos de bordadores; 2 (dos) asociaciones de filigrana (ADOM-Asociación de Orfebres Momposino y ASOMOM-Asociación de Orfebres del Municipio de Mompóx); una asociación de maderas (ASOEMA-Asociación Empresarios de la Madera); SENA y la alcaldía municipal de Mompóx. Asimismo, se formuló el Plan de Acción.

Administración de Corporación Mompoxcultur: A partir de septiembre de 2015, se sugirió incluir al sector turístico dentro de la iniciativa. Se realizó un taller de Planifiaión Participativa (Manejo de Ciclo del Proyecto:PCM) en el cual participaron más de 70 personas de la comunidad, y la institucionalidad a nivel local - regional, y departamental. Como resultado del taller, se evidenció la necesidad de organizar al sector turístico, como sombrilla articuladora

de los procesos de desarrollo local, por lo cual se conformó la CORPORACIÓN MOMPOXCULTUR. Sin embargo, la puesta en marcha de la Corporación fue un poco difícil, dado el fuerte ambiente por las coyunturas políticas de la comunidad, y al final su funcionamiento se paralizó.

Alianza entre la comunidad y la alcaldía: El Plan de Acción formulado como resultado del taller de Planificación Participativa, en septiembre del año 2016, incluyó actividades tales como: fortalecer el mejoramiento del sector turístico y buscar articularse con los sectores relacionados; realizar eventos que aprovecharan la infraestructura turística y mejorar la vida del sector relacionado; mejorar los productos o innovarlos. Sin embargo, después del cambio de las autoridades del gobierno local, debido a la diferencia de opiniones, se generó un conflicto entre MOMPOXCULTUR y la alcaldía municipal, y se fue difícil a construir una alianza para promover las iniciativas.

Expectación de los productores: En el sector de filigrana, hay 2 (dos) asociaciones: ASOMOM con alrededor de 35 personas, y ADOM con alrededor de 50 personas. ASOMOM pretendía aplicar el financiamiento de la Embajada de Japón para una obra de infraestructura, por ello la Embajada explicó a ASOMOM que se debía formular el proyecto de tal manera que beneficiara a muchos artesanos en Mompóx. Posteriormente, atendiendo la sugerencia de la Embajada, fue formulado y solicitado dicho proyecto de infraestructura, otra asociación, AEIMON (Asociación de Empresarios Independientes de Mompóx). Esta fue creada a conveniencia, para participar en las ferias, y no tenía ninguna plan de acción como entidad oficial, por ello se tuvo que cancelar la solicitud. Las asociaciones del sector de filigrana estaban esperando la cooperación financiera de OVOP, y no estaban listos para ampliar la iniciativa con el enfoque OVOP.

## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de los jóvenes: Se realizó el Primer Encuentro de la Escuela de Formación de Danzas Tradicionales y Bailes Cantados de la Depresión Momposina, por parte de la Asociación ASOABUNDIO, en septiembre de 2015, contando con el apoyo de la mesa turística, el

Proyecto y el Ministerio de Cultura. Un evento cultural cuyos protagonistas fueron los niños de la comunidad y el cual tenía como objetivo, preservar y dar a conocer otros elementos de la cultura momposina. Dicha actividad tuvo buena aceptación por parte del público momposino y los turistas visitantes, según la encuesta de evaluación realizada. Se ha continuado con esta actividad como parte de las iniciativas de OVOP en Mompóx.

Oportunidad de acceder a la capacitación: Aunque el municipio de Mompóx está reconocido como municipio patrimonio mundial de la UNESCO, desde mucho antes de haberse iniciado OVOP, los productores de filigrana, muebles y bordados dependen de un intermediario para comercializar sus productos, y muchos de los productores tienen escasos recursos económicos. Sin embargo, participando en el Comité local OVOP (Grupo OVOP), hasta los productores que no tienen sus propias tiendas, lograron tener la oportunidad de acceder a la capacitación.

### 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Promoción de entendimiento de OVOP: Mompóx es un municipio reconocido como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad por la UNESCO, por esto ha recibido bastante apoyo para el desarrollo comunitario tradicional. En este contexto, la población se ha acostumbrado al apoyo financiero, lo cual ha dificultado fortalecer el desarrollo comunitario gestionado por la misma comunidad.

## (2) Departamento de Córdoba, Municipios de Tuchín: Sombrero Fino Vueltaio

### 1) Antecedentes

En este municipio se elabora el sombrero vueltaio, considerado como un símbolo de la nación, que es elaborado manualmente y responde a una tradición indígena que se transmite de generación en generación. Es elaborado en una fibra natural conocida como caña flecha a la que se le da vueltas para trenzarla. El sombrero tradicional se distingue por la combinación de fibras blancas y negras, dando origen a figuras de carácter geométrico, llamadas pintas, que simbolizan elementos

naturales y culturales de la cultura indígena Zenú. Es un sombrero típico que ha sido declarado patrimonio del Departamento de Córdoba y de Colombia. Es un producto artesanal, caracterizado por su calidad y confección, que constituye símbolo de identidad, y que tiene reconocimiento a escala local y global.

2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

### 2.1 Ampliación de Participación

Ampliación del Comité local OVOP: El municipio de Tuchín, cuenta con una población de cerca de 30 mil habitantes, casi el 80% de la comunidad hace labores que tienen relación con la producción y venta de productos de caña flecha. La comunidad tiene más de 20 grupos, y cada grupo tiene alrededor de 20 participantes. En el Comité local de OVOP formado, participan varios grupos, tal como FUNDARTE que tiene alrededor de 60 productores, representantes del Resguardo indígena, alcalde y funcionarios de la alcaldía municipal, junto con los miembros del concejo municipal. El número de participantes ha sido aumentado a medida que el Proyecto OVOP avanza (venta colectivo de ferias, etc.) Bajo el Comité local de OVOP, hay varios sub-comités. Los participantes representan diferentes niveles de la cadena de valor, es así como encontramos cultivadores de caña flecha, trenzadoras, confeccionistas y comercializadores.

Utilización de Festival del Sombrero Fino Vueltaio: Con apoyo de la alcaldía local, en el año 2015, se realizó el XIX Festival del Sombrero Fino Vueltaio, el cual por primera vez fue liderado y organizado por los artesanos de la comunidad. Estos dieron un toque cultural, donde resaltaron las diferentes etapas de elaboración del sombrero fino vueltaio, en esta actividad se dio a conocer a los visitantes locales y de fuera, el proceso real de transformación de la caña flecha a través de muestras culturales creadas por los jóvenes tuchineros, permitiendo fortalecer espacios de participación entre jóvenes y adultos, y estimulando a la vez el orgullo y la pertenencia de las personas en torno a tradiciones culturales de la comunidad.

Construcción de confianza y valor agregado a su producto: Acompañamiento de Líderes locales -12 capitanes del Resguardo Zenú en Tuchín-, en la elaboración de un proyecto de siembra de 1 hectárea de caña flecha. En este ejercicio quienes conocen más del cultivo guían a otros en el proceso de costeo de la siembra, mantenimiento y cosecha, todos aprenden y reflexionan sobre la importancia de planear la producción y las ventajas de promover proyectos que aseguren el abastecimiento de la materia prima para la artesanía, y además generan ingresos y/o ahorros ya que dejan de depender de intermediarios para conseguir esta materia prima en otra región. A este producto se entregó la etiqueta de Denominación de Origen y se diseñó nuevos productos que fueron expuestos en la Expo-Artesanía 2015. Esta experiencia generó más confianza y valor agregado a su producto.

Apoyo para formulación de Plan de Acción: E el Comité local OVOP, por falta de experiencias, formulación del Plan de Acción no ha sido fácil hacerlo por ellos mismos. En esa situación, debe solicitar un apoyo a los coordinadores y facilitadores de los aliados para apoyarlos en lo que sea necesario.

## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de los indígenas: Tuchín es un municipio, cuya población es indígena, son descendientes de la etnia Zenú. Desde el punto de vista de la política nacional, promocionar el OVOP en la comunidad indígena tiene sentido. Dentro de la iniciativa, participan grupos vulnerables tales como: mujeres, víctimas del conflicto -desplazados-, y los jóvenes.

Participación de diferentes grupos vulnerables: La estrategia OVOP ha permitido la vinculación e interacción entre diferentes actores del territorio, en este sentido si bien es cierto que la iniciativa inicialmente fue apalancada por FUNDARTE, al proceso se han unido otras fundaciones que representan a mujeres y desplazados tales como: ASOMUPART (de las mujeres), FUNDACIÓN ZENUES, TRENZANDO FUTUROS (de los jóvenes), AFRO TUCHIN (de los afro colombianos), y FUNVIDEC (de las víctimas del conflicto armado).

Inclusión de los desplazados: A Tuchín, llegaron alrededor de 130 familias a finales de los años 90, como parte de los desplazados del conflicto armado. A lo largo del tiempo, se han formado 2 grupos -FUNDARTE y ASOARPS- que comenzaron a aprender la elaboración de productos de caña flecha, como por ejemplo: los sombreros y otros. Desde el punto de vista de la inclusión social, hubo duda de que los desplazados de otras localidades pudieran entrar en el negocio de los indígenas; sin embargo, lograron trabajar juntos porque el negocio todavía se encuentra a nivel informal. También para los receptores del subsidio a las víctimas del conflicto armado, a veces, se genera un sentimiento negativo en las comunidades. Pero, en el caso de Tuchín, ellos mismos son también receptores de apoyo de parte del Departamento de Prosperidad Social (DPS), que es la entidad que facilita el apoyo financiero a los indígenas y a los pobres. En la comunidad de Tuchín no apareció ningún sentimiento negativo a los desplazados, y por el contrario se han integrado bien.

Integración de los jóvenes de la comunidad rural: Se realizó el intercambio deportivo OVOP por parte del Concejo Municipal de Juventudes dirigido a los jóvenes y niños del área rural y urbana, en el cual participaron más de 100 personas. Lo anterior permitió tener a los jóvenes una visión más clara sobre la estrategia OVOP y la importancia de esta para el desarrollo local.

Fortalecimiento de conciencia de los jóvenes para las tradiciones: El problema más grande en Tuchín es que los jóvenes no quieren quedarse en el pueblo, sino que buscan trasladarse a la ciudad. Según una profesora de escuela, nadie quiere seguir el oficio de trenzar las caña flechas. Dada esta situación preocupante, se comenzó a enseñar la cultura indígena (tradiciones indígenas, importancia de cultivar la caña flecha, la cadena de valor, el valor de los productos ecológicos, etc. ) y el enfoque de OVOP en la escuela. En diciembre de 2016, el Proyecto organizó un fashion-show sobre los productos de caña flecha en la Expo-Artesanía, en Bogotá, y participaron los estudiantes. Este ejercicio ayudó a fortalecer la consciencia acerca de las tradiciones de su cultura.

### 2.3 Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad



Alianza entre el sector público y privado: A través de una donación con el Fondo Comunitario de la Embajada de Japón, se creó el Centro de Acopio Mexión, que se completó a mitad del año 2016. Este espacio pretende consolidarse como un espacio de encuentro y comercialización de los artesanos. Como está en la ruta hacia la playa, podría atraer a los turistas de paso también.

Consideraciones para ingresar a la comunidad: La iniciativa ha tenido el apoyo de Artesanías de Colombia (AdC) y Organizaciones Solidarias (Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias/OS) en Tuchín. Sin embargo, AdC ingresó a la comunidad sin avisar al Comité local OVOP, y inició su actividad con algunos grupos particulares. Así que la comunidad se confundió. Es muy importante comunicarse con el Comité local OVOP para realizar actividades, sobre todo si se tiene la intención de fortalecer el OVOP. En cuanto al apoyo de parte de OS, que dio una capacitación de tres días para fortalecer a los grupos que participan en OVOP, después del primer día, ya no se quiso participar en la capacitación. Los participantes explicaron que los contenidos eran difíciles de entender. En los seminarios y capacitaciones, es importante conocer el nivel educativo de los participantes, sus intereses y necesidades, para adaptar los contenidos y lograr que ellos puedan entender el contexto.

Diferencia entre el apoyo tradicional y el OVOP: Tuchín es receptor de apoyo financiero del gobierno. Así que cuando el OVOP ingresó a la comunidad, la comunidad también esperaba algún tipo de financiamiento. Durante la socialización de OVOP, la comunidad estaba solamente escuchando y se quedaron esperando la oferta del Proyecto. Cuando el Proyecto de OVOP ingrese a alguna comunidad de indígenas o de alto nivel de pobreza, hay que tener en cuenta que han estado acostumbrados a tener el apoyo financiero, por ello es importante explicar la diferencia entre el OVOP y el financiamiento tradicional.

	
<p>Trenzando la caña flecha</p>	<p>Los estudiantes de colegio participaron en la Expo Artesanía en Bogotá 2016</p>

### (3) Departamento de Antioquia, Municipio de San Vicente de Ferrer: Fique

#### 1) Antecedentes

Hasta el año de 1980, el municipio de San Vicente de Ferrer (San Vicente), era conocido por su alta producción de fique en el departamento de Antioquia. El municipio de San Vicente, se enorgullecía de estos productos, y se había posicionado como “Pueblo de fique, oro blanco de nuestra cultura”.

#### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones desde el Punto de Vista de Participación.

##### 2.1 Ampliación de Participación

Disminución de la demanda de fique: El municipio de San Vicente fue considerado como uno de los productores principales de fique a nivel nacional. Se extraía la fibra natural de fique o cabuya, y se fabricaba sacos para la exportación de café y para transportar algunas frutas, cacao, legumbres, hortalizas, y otros. Sin embargo, al aparecer las fibras sintéticas, la demanda en el mercado para los productos de fique ha disminuido debido a la introducción de productos alternativos más baratos al mercado. Fique es el orgullo de la población de San Vicente. Si hay oportunidad de hacer negocio con fique, la iniciativa cuenta con el interés de varios grupos; pero si no hay oportunidad de negociar, es muy difícil aumentar la participación.

Disminución de los productores de fique: Ante la baja demanda del fique, los productores de fique sustituyeron su cultivo con el de otros productos, tales como: papas, fresas, aguacate, y otros que pudieran generar más ingresos. La producción de fique en San Vicente ha sido continuado por la Asociación de Fiqueros y Artesanos de San Vicente (AFAS), conformada en el año de 1990 para trabajar en la producción del fique. Sin embargo, por la situación económica, dada la influencia del conflicto armado, y envejecimiento de los productores, solamente 52 productores de AFAS estaban involucrados en la producción de fique en 2015.

Promoción de OVOP dirigida por la alcaldía municipal: El alcalde de San Vicente, ex participante del curso de OVOP en Japón, tenía alto interés por OVOP. El 7 diciembre de 2013 se organizó la primera feria. Esta fecha ha sido designada como el día de OVOP, para promover y vender los productos locales. En el año 2015, se organizó la feria de fique y contó con la participación de la comunidad, artesanos, y productores de fique. Asimismo, los jóvenes crearon un personaje llamado “Fiqueman” y se realizó concursos diversos, como por ejemplo: del mejor tejido, de fotografía y de cuentería. Sin embargo, después del cambio de gobierno local en el año 2016, como no había líderes en la comunidad, el OVOP en San Vicente casi ha desaparecido.

Falta de líderes OVOP: En San Vicente, la iniciativa ha generado una gran dependencia de la alcaldía municipal. Para promover el desarrollo local con el enfoque OVOP, es fundamental capacitar los líderes en la comunidad.

Cambio del producto OVOP : En septiembre de 2016, la alcaldía municipal de San Vicente envió una carta a Departamento Nacional de Planeación (DNP) para expresar su interés en sustituir el producto OVOP por el aguacate, ya que el gobierno local tiene una nueva política para impulsar el cultivo del aguacate y promover su exportación a Europa. DNP convocó la reunión con la Secretaría de Agricultura a nivel departamental. Según la Secretaría de Agricultura, como el fique es uno de los productos de su Plan de Desarrollo Agrícola Territorial, y recientemente la Unión Europea -importadora de aguacate-, ha puesto de requerimiento la

utilización del saco de fibra natural, por su carácter biodegradable, se especula que existe una posibilidad para aumentar la producción de fique; pero no hay avance desde entonces.

## 2.2 Inclusión Social

Inclusión de los discapacidades: Dada la situación de San Vicente, donde se encuentra una gran parte de población afectada por el conflicto armado desde el año 1990 hasta el inicio del año 2000, especialmente personas con discapacidades - más de 700 personas-, se considera que la iniciativa del fique de OVOP San Vicente es apropiada para incluirlos, y puede ser muy útil en el contexto de desarrollo local incluyente en el post conflicto; sin embargo, para recuperar el negocio de fique, es fundamental aumentar la producción de materia prima y mejorar el diseño de los productos artesanos.

Inclusión de mujeres: En San Vicente, las actividades familiares para generar ingresos giraban alrededor del procesamiento del fique; los hombres cortaban las hojas de la planta y extraían la fibra, las mujeres transformaban la cabuya de rama en hilos, y tanto mujeres como hombres los convertían en productos artesanales de fique. OVOP San Vicente nació por iniciativa de mujeres campesinas, quienes son conocedoras del manejo del fique. La Asociación de Artesanías de San Vicente (ASOARSAN), una asociación de mujeres, fabricaba productos artesanales (aún se disolvió debido a problemas organizacionales). La Asociación de Mujeres de San Vicente (AMUSAVI) elabora todavía manualidades y artesanías para darle valor a la fibra del fique. La Asociación de Mujeres Ciudadanas del Nuevo Milenio (ASOMILENIO), se fundó en 2016 con 20 mujeres, incluyendo mujeres jefas de hogares, desplazados, mujeres viudas, personas de la tercera edad, y jóvenes, que tienen interés en fabricar subproductos del fique; sin embargo, en este momento están procesando productos alimenticios.

## 2.3 Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Mejoramiento de la competitividad con los aliados nacionales de Comité OVOP: Artesanías de Colombia (AdC) facilita el apoyo para los productos de fique, pero según esta, el fique de San Vicente no califica porque es muy grueso. La Universidad de Antioquia, a través del Ministerio

de Cultura, realizó un estudio para identificar líneas de mercado potenciales alrededor de los productos de fique. Como resultado, se sugirió productos más diversificados con posibilidades de acceder al mercado, a saber: productos de fibra de fique para mascotas (como el rascador de uñas de gato), abono orgánico a partir del jugo de fique, productos decorativos para granjas o fincas, y otros. Para continuar este proceso, se necesita más recursos financieros del Ministerio de Cultura, pero este ha respondido que no cuenta con mayor presupuesto para tal fin.

Apoyo del sector público: Uno de los factores -que los campesinos de AFAS han logrado continuar la producción-, es la colaboración de la Compañía de Empaque en Medellín. Esta empresa privada comercializadora de fique (empresa que compra y acopia la fibra), tiene por estrategia brindar apoyo mediante el suministro de equipo y asistencia técnica a los fiqueros, para mantener y mejorar la calidad de la fibra que ella misma comercializa. Hubo otro intento planificado, por BIOCOCOMERCIO (ONG), presentó un proyecto de innovación -enfocándose en el jugo de fique para producir fertilizantes- a INPULSA (Ministerio de Comercio, Industria, Turismo) ; sin embargo, no logró obtener el financiamiento.

#### **(4) Departamento de Quindío, Municipio de Filandia: Festival Camino del Quindío**

##### 1) Antecedentes

El municipio de Filandia presentó el “Festival Camino del Quindío” como un producto de OVOP. La Corporación del Festival “Camino del Quindío” ha sido la entidad planificadora y ejecutora de la iniciativa. A la fecha de hoy, año 2016, la comunidad de Filandia ha realizado 7 (siete) festivales, posibilitando que este evento se haya posicionado como símbolo cultural de los habitantes del municipio de Filandia, pero también como producto turístico de la región.

##### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

###### 2.1 Ampliación de Participación

Ampliación de la iniciativa: Como el Festival es un evento que se realiza una vez al año, en junio de 2015, OVOP Filandia organizó el taller de la Planificación Participativa –PCM- para incluir más actores en el desarrollo de su territorio alrededor del tema turismo. En total, participaron aproximadamente 60 personas de los sectores: agrícola, comercial, artesanal, comunitario, entidades públicas a nivel local y departamental. Como resultados proyectados en el taller de PCM, se conformó la mesa turística municipal, y se estableció el Plan de Acción 2015-2016. Con los insumos obtenidos en el taller del PCM se construyó la visión y misión para la iniciativa ampliada de Filandia.

Fortalecimiento de integración de la comunidad: Como se amplió la iniciativa al turismo, se aumentó la participación en la iniciativa. Eso generó más integración entre diferentes sectores, tales como: sectores agropecuarios (AGROQUIN, ASOJULIA, mercados campesinos); sector comercio (Junta de comerciantes de Filandia); sector artesanal (Asociación de artesanos), y sector comunitario (con la articulación de seis juntas de acción comunal pertenecientes al corregimiento de La India). Los campesinos en las zonas rurales han manifestado que ellos ahora sientan más incluido en el proceso del desarrollo.

Fortalecimiento de confianza de su propia comunidad: En noviembre de 2016, el corregimiento de La India recibió la iniciativa del municipio de Villavieja a modo de intercambio, porque la iniciativa de Villavieja también trabaja en turismo. En el intercambio, se presentaron los recursos locales de La India. A través de este ejercicio, se fortaleció la confianza de su propia comunidad.

## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de campesinos en el área rural: Como la iniciativa se amplió al sector de turismo, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) Regional dio una capacitación sobre el tema de eco-turismo a aproximadamente 60 personas (jóvenes, hombres y mujeres adultos, y adultos mayores) de la zona rural del corregimiento de La India, en el enfoque de OVOP en Filandia, para reconocer y redescubrir sus recursos locales y tesoros (en total 168 recursos fueron re-coleccionados; 73 recursos naturales, y 95 recursos culturales) . Como resultado del taller,

se dio cuenta de que los recursos rurales que se encuentran en la zona rural tienen valor turístico.

### 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Inclusión de OVOP como política pública: Se formalizó el movimiento OVOP mediante el acuerdo 006 de 2015. Dicho acuerdo permite dar sostenibilidad al movimiento OVOP, ya que es parte de los planes de desarrollo municipal en los diferentes gobiernos y se articula al desarrollo de la estrategia de Ordenamiento Territorial, consolidándose como una política pública a nivel municipal.

Alianza entre el sector público y privado: TABANTE (S.A.S) conformada por el grupo de los empresarios de la Comunidad (83 empresas y 10 cooperativas), es parte de la iniciativa OVOP para dinamizar las actividades turísticas. Se hace la gestión del mirador "Colina Iluminada", la torre del observatorio turístico para observar el panorama de Filandia y 360° de hermosos paisajes, ha venido el primer ejemplo de alianza entre el gobierno local y el sector privado. TABANTE ha patrocinado el seminario nacional de OVOP realizado en el marzo de 2017.

Modelo OVOP en Quindío: En caso del departamento de Quindío, tomó el liderazgo el Cámara de Comercio al promover el enfoque OVOP. Con el apoyo del Proyecto OVOP se ha venido multiplicando su experiencia a otros municipios. Sin embargo, para apoyar la implementación de OVOP, también es importante construir la plataforma departamental y fortalecer el funcionamiento de la gobernación.

		
<p>Centro de Filandia</p>	<p>Festival Camino del Quindío</p>	<p>Tienda de canastas</p>

---

## (5) Departamento de Boyacá, Municipio de Paipa - Sotaquirá: Queso Paipa

### 1) Antecedentes

“Queso Paipa” es un tipo de queso semi-madurado, un producto de carácter nacional, obtuvo el certificado de denominación de origen en el año 2011. Originalmente, se presentó la iniciativa “Queso Paipa” (población aprox. 31,000); pero como el municipio de Sotaquirá produce el mismo queso, se decidieron trabajar la iniciativa, conjunto con Paipa (población aprox. 31,000 hab.) y Sotaquirá (población aprox. 7,000 hab.) como una iniciativa de ambos municipios.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

#### 2.1 Ampliación de Participación

Ampliación de la iniciativa: Se estima que cerca de 100 familias se dedican a la producción del “Queso Paipa”, en Sotaquirá y Paipa; sin embargo, en la iniciativa estaba participando solo la Asociación de Productores de Queso Paipa (ASOQUESOPAIPA), que está conformada por 13 queseras (12 empresas en Paipa y 1 cooperativa -Coagrosotaquirá- en Sotaquirá), las cuales poseen un alto sentido de pertenencia, identidad, y pasión para la elaboración de su producto. ASOQUESOPAIPA tenía pocas actividades y solo participaba en las ferias. El municipio de Paipa es un lugar turístico, famoso por sus aguas termales, sus paisajes alrededor del lago Sochagota, y además tiene el Monumento al Pantano de Vargas, pero el sector de queso no ha sido integrado al sector de turismo. En septiembre del año 2016, para ampliar la iniciativa al sector del turismo, el Proyecto organizó un taller de Planificación Participativa –PCM (Project Cycle Management o Manejo del Ciclo del Proyecto - con el objetivo de integrar a los sectores de queso y turismo. En total se participaron cinco (5) sectores (lechero, quesero, comercial, turístico, y sector público de los dos municipios, la gobernación y la universidad), y cada sector formuló su plan de acción. Después se formó una mesa sectorial para concretar las actividades comunes desarrolladas durante el PCM. La experiencia del taller amplió la participación a los diferentes sectores y grupos, y formó un base para trabajar el objetivo común.

#### 2.2. Inclusión Social



Pequeños productores en el área rural: La mayoría de los miembros de ASOQUESOPAIPA le dan más importancia a su propio negocio, pero un ex-participante del curso de OVOP en Japón, viendo la situación difícil de pequeños productores, obligado botando la leche, y que estaban produciendo el queso en sus casa, compartió su técnica de la producción del queso con ellos. En el año 2016, con varios líderes del sector lechero, se dio inicio formal a una cooperativa: AGROLAC, que cuenta con aproximadamente 80 pequeños productores de leche de 7 veredas del municipio de Paipa. Son pequeños productores de leche que poseen pocas vacas, viven en las veredas de Palermo, lejos del centro de Paipa, económicamente clasificados como muy vulnerables. Además la mayoría de los productores son mayores de 40 años y el 60% de ellos son mujeres, involucrando a las madres solteras. Se ha tomado un gran esfuerzo para poner marcha AGROLAC. AGROLAC tiene varios líderes dinámicos con la visión de desarrollo local, esto ha sido uno de los factores para la creación y el desarrollo de AGROLAC.

### 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad


Apoyo del gobierno local: El departamento de Boyacá tiene el decreto 1223 de Octubre del año 2013 sobre OVOP, y se ha establecido oficialmente el Comité departamental OVOP. La directora de la Secretaría de Competitividad y Productividad, en la Gobernación de Boyacá, una ex-participante del curso de OVOP en Japón, ha sido la dinamizadora de OVOP. El Comité tiene su plan de acción, pero muy ambicioso y más concentrado en el sector de competitividad y productividad del queso Paipa, en donde contempla medidas contra el queso falsificado -tal es el caso de la falsificación en perjuicio del queso Paipa- y la estandarización de la calidad. En la integración del sector turístico con el queso Paipa, la Gobernación ha estado trabajando en la construcción de la Cava de Queso. Recientemente, ha manifestado una nueva iniciativa para construir la Ruta de Lacey como la nueva alternativa de turismo. Después de la realización del PCM, han venido participando las alcaldías de Paipa y Sotaquirá, haciendo el seguimiento del avance de OVOP.

Apoyo del gobierno central: Las Organizaciones Solidarias (OS), el miembro del Comité Nacional, ha realizado varias talleres al fortalecimiento en asociatividad.

Rol de promotor de OVOP a nivel departamental: El promotor de OVOP a nivel departamental, debe tener la función de socializador de OVOP, para que consiga más apoyo para la iniciativa. En diciembre del año 2016, la directora de Secretaría de Competitividad y Productividad de la Gobernación de Boyacá participó en la reunión de los donantes que colaboran con el sector lácteo, e hizo la presentación de OVOP. Después se logró contactar con otros donantes para que apoyaran a la iniciativa. La gobernación ha producido varios videos y promocionando la iniciativa del queso Paipa a través de medios de comunicación social.

Alianza con las universidades: Se comenzó la alianza con las universidades. Por ejemplo: la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia que participó en el taller de PCM, realizó una presentación en la Escuela de Gastronomía, en los que el queso Paipa era el ingrediente principal en la preparación de diferentes platos típicos y gourmet. Una estudiante de la Maestría de la Universidad de Huelva, hizo su tesis sobre la industria del queso Paipa como un recurso para el desarrollo local en los municipios de Paipa y Sotaquirá del Departamento de Boyacá. Y un estudiante de Doctorado de la Universidad de Antioquia, hizo un estudio sobre la propuesta de creación de valor agregado a través de queso Paipa y de la caracterización de los factores naturales y humanos en la importancia del análisis micro bacteriano del queso Paipa.

Colaboración con otros donantes: Para apoyar y mejorar el sector lácteo de Colombia, se cuenta con la colaboración de varios donantes. El Proyecto OVOP compartió su experiencia de la iniciativa de queso Paipa con otros donantes, y a través de la directora de la Secretaría de Competitividad y Productividad, se inició la sinergia con otros proyectos apoyados por otros donantes. Por ejemplo: se logró la invitación de uno de los técnicos de AGROLAC a la capacitación de mejoramiento de calidad de la leche, con apoyo de la cooperación de Nueva Zelanda, y la Unión Europea.

		
<p>Queso de ASOQUESOPAIPA</p>	<p>Fábrica de una empresa de ASOQUESOPAIPA</p>	<p>Líder de sector de leche en el taller de planificación participativa PCM</p>

## (6) Departamento de Cundinamarca, Municipio de Susa: Producción Limpia - Sabor al Campo

### 1) Antecedentes

El municipio de Susa está ubicado aproximadamente a 130 km de la capital, Bogotá, y posee cerca de 13,000 personas. La mayoría de la población en Susa trabaja en el sector agropecuario. Como los bogotanos pueden hacer el viaje de ida y vuelta en el mismo día, el municipio de Susa, se esperaba que vengan turistas de Bogotá, y se presentó el “Parque de la Agricultura Interactiva-Turismo Rural Comunitario”, como un producto de OVOP para fortalecer los procesos de desarrollo local a través del turismo. Sin embargo, esta iniciativa tiene característica privada que limitaba la iniciativa en términos de competitividad e inclusión social. Además, como hubo muy pocos turistas y el negocio ha sido muy inestable, los campesinos locales fueron capacitados para apoyar la iniciativa, tampoco se sentían atraídos para participar en esta iniciativa. A lo anterior se agrega que Susa carece de infraestructura turística, como por ejemplo: hoteles, restaurantes, y tiendas.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

#### 2.1. Ampliación de Participación

Revisión del producto OVOP: Dado que el ámbito de la iniciativa del "Parque de Agricultura Interactiva" era muy limitado en términos de competitividad e inclusión social, la iniciativa

fue revisada. Así fue como en la segunda mitad del año 2015, se organizaron un taller con los actores principales de los cuatro sectores (ganadería, agricultura, artesanía, y turismo) de la comunidad de Susa, los cuales volvieron a confirmar y reconfirmar sus recursos locales. Como Susa está ubicada en la periferia de la ciudad capital de Bogotá, en sus alrededores, la naturaleza todavía no está contaminada, y los agricultores tienen alto nivel de conciencia de la conservación del medio ambiente; por tanto, no cultivan sus productos haciendo uso de químicos. Ellos están orgullosos de su producción saludable y limpia. Mediante este taller, la comunidad de Susa definió la nueva iniciativa: "Producción Limpia: Sabor al Campo". La redefinición de la iniciativa amplió una oportunidad de participar otros sectores y grupos de la comunidad. Cabe destacar que la redefinición de la iniciativa, no significó excluir la iniciativa anterior, sino comprenderla y mejorarla.

Selección de producto OVOP: La iniciativa del Parque de Agricultura Interactiva, no ha podido tener suficiente participación, muy limitada. Para aumentar la participación, la iniciativa debe tener la visión común de la comunidad, más incluyente, más abierta a sectores y grupos diferentes, que beneficien la economía de la Comunidad.

Presencia del líder OVOP: La líder de la iniciativa, hasta diciembre de 2015, era la directora de UMATA, en el Municipio de Susa, tenía la responsabilidad de ser promotora de la iniciativa OVOP. En el año 2016, ella fue destituida de su cargo dado el cambio del gobierno, formó "Susa Vive" o "Fruto Susa" para continuar la promoción de la iniciativa junto con aproximadamente 10 pequeños productores agrícolas. Se inició vendiendo los excedentes de sus cultivos en la plaza de la iglesia, todos los domingos, bajo el nombre de OVOP. Ella tiene conocimiento sobre OVOP como ex-participante del curso de OVOP en Japón, y tiene devoción para hacer avanzar la iniciativa. Su conocimiento de las instituciones públicas también es una gran ayuda para brindar los apoyos para promocionar OVOP en la comunidad.

Promoción de OVOP en la comunidad: A través de la venta dominical enfrente de la iglesia parroquial, la comunidad de Susa comenzó tener interés a OVOP. La iniciativa de OVOP ha

motivado a la comunidad para convertir a Susa, en uno de los municipios más limpios del país.

Intercambio con otras iniciativas: La iniciativa de Susa hizo la visita de observación a otra iniciativa: Queso Paipa, en Boyacá, por su proximidad. Sin embargo, los empresarios productores de queso y el administrador de la fábrica de queso, que forman la asociación de queseros, tienen caracteres muy diferentes a los de los pequeños productores que venden los excedentes de productos agrícolas. Tener buen resultado del intercambio ha sido difícil. Aún los dos tienen el amor a su producto, el intercambio no ha sido muy útil. Cuando se organiza este tipo de intercambio, el planificador debe tener claro el objetivo que se espera conseguir del intercambio. Se debe planificar de tal modo, que el intercambio logre resultados positivos para ambas partes.

Fortalecimiento en el área de competitividad: En mayo del año 2016, se participó en la Feria de Comercio Justo organizada por las Organizaciones Solidarias(OS). A través de esta feria, se logró negociar con Agro Solidaria, empresa especializada en productos ambientales. Se ha venido participando en más ferias alrededor de Bogotá, en las que se invita a productores especializados en productos ambientales de "mercado verde" con la asistencia de la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR). Al participar en más ferias, la iniciativa ha venido necesitando más productos, y más productores han venido colaborando en la iniciativa a través del suministro de productos. Se ha comenzado a establecer la imagen de que Susa es "Producción Limpia: Sabor al Campo". En el Plan de Acción de OVOP para el año 2017, se establecieron actividades en dos categorías: "Participación" y "Competitividad". En "Participación", se planificó varias actividades de divulgación de OVOP hacia a la Comunidad. Y en "Competitividad", se planificó la venta en la carretera cerca de Susa y la venta para pedidos de los residentes en el municipio de Chiquinquirá, un municipio más grande que Susa y ubicado mucho más cerca de Bogotá. El Proyecto ofreció apoyo para formular el Plan de Negocio e iniciar las ventas.

## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de las personas mayores: En Susa, el porcentaje de la población de edad mayor es alto, porque los jóvenes viven y trabajan en Bogotá. En la iniciativa, participan las personas mayores también en la venta de hortalizas y bocadillos, y se sienten contentos. La ONG “Arad en Vida”, que apoya a las personas mayores y los jóvenes en Susa, ha venido apoyando a la iniciativa, de diferentes maneras, como por ejemplo: ofreciendo su salón para la reunión de la iniciativa; organizando el curso de fabricación de artesanías para las personas mayores, en las que utilizan materiales reciclables como revistas viejas y otros; promocionando el concepto de producción limpia; y preparando comida en la que se aprovecha los vegetales producidos mediante agricultura limpia.

Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad Alianza con las instituciones públicas: La líder de la iniciativa, se buscó el apoyo de parte de la Gobernación y de hecho fue proporcionado para reactivar al Comité OVOP a nivel departamental. El departamento de estudio económico y política pública, en el Departamento de Planeación, de la Gobernación de Cundinamarca, estaba coincidentemente, buscando un apoyo técnico para a reiniciar OVOP a nivel departamental, y se ofreció una posición a la líder como asesora para difundir y divulgar OVOP.

Acción sin daño: La iniciativa de Susa deseaba promover tenía el OVOP sin el apoyo de alcaldía. Pero, cuando el Proyecto OVOP se acercó a la alcaldía municipal con buena intención, eso creó desconfianza entre algunas personas en la iniciativa y el coordinador del Proyecto OVOP. Para ingresar en el territorio, deben respetar la iniciativa y no tocar la situación sensible y riesgosa.

		
Feria de comercio justo	Producto ambiental	Venta semanal en Susa

## (7) Departamento de Tolima, Municipio de Guamo, La Chamba: Artesanías en Barro Negro

### 1) Antecedentes

La iniciativa se orienta a la difusión y comercialización de las artesanías en cerámica negra de la vereda La Chamba, las cuales han ganado un amplio reconocimiento en el país por su singularidad técnica y por su excelente calidad, buscando el mejoramiento de las condiciones de vida de los artesanos.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista d Participación

#### 2.1. Ampliación de Participación

Aumento de los participantes: En la vereda de La Chamba, el municipio de El Guamo, que posee alrededor de 1,500 personas, cerca del 85% de estas se dedica al negocio de la producción de cerámica negra. Existen dos (2) grupos principales que se dedican a la producción: uno es COARTE CHAMBA y otro es TRADICION DE MI TIERRA. El COARTE CHAMBA es un grupo de corporación, pero un grupo formado por artesanos individuales. En cuanto al COARTE CHAMBA, este se fundó hace 9 años, y una vez tenía alrededor de 80 personas, pero como no realizaba tantas actividades como grupo, los miembros fueron saliendo del grupo, y su membrecía ha disminuido. Por otro lado, como el negocio ha venido aumentando como consecuencia del apoyo de OVOP, los ex-miembros y los nuevos artesanos han solicitado ingresar al grupo COARTE CHAMBA. Sin embargo, este se encuentra en proceso de revisión del reglamento de su organización, y por tanto no está aceptando nuevos miembros; ante esto aquellos que quieren ingresar al grupo han expresado estar descontentos. La revisión del reglamento está siendo apoyada por la Cámara de Comercio en el Departamento de Tolima. En el Comité local de OVOP, participan alrededor de 50 familias. Se ha formado varios subcomités, tales como: el de calidad, promoción, empaque, y administración.

Empoderamiento de Líder OVOP: La representante de COARTE CHAMBA, como líder de OVOP, organizó varios eventos deportivos y campañas de limpieza en la comunidad. Ella también negoció con la alcaldía municipal para ofrecer clases en el colegio de la vereda y enseñar la cultura de la cerámica negra, promoviendo la cultura tradicional de la comunidad. Estas actividades han ayudado a fortalecer la consolidación de la comunidad. Ella, como ex-participante del curso de OVOP en Japón, adoptó la idea de establecer un sueño colectivo, a semejanza de un pueblo japonés, para empoderar la comunidad, como por ejemplo: sembrar ciruelas y castañas, e ir a Hawái. Para determinar el objetivo principal y motivar hacia el desarrollo desde una iniciativa local, se sugirió: "Vamos a producir más cerámica negra, e iremos a Cartagena" (como la vereda de La Chamba está ubicada en el interior del país, muchas personas nunca han visto al mar), y de hecho lograron el viaje al fin.

Apoyo para formulación de Plan de Acción: El Plan de Acción se formuló en el año 2015 y tenía definidas más de 40 actividades, entre ellas la fiesta del barro y otras más. Por otro lado, actividades muy importantes para la producción de la cerámica negra como un producto de OVOP, a saber: la extensión de la licencia de excavación de las tierras, o la administración del centro artesanal, no estaban incluidas. Dado el nivel de educación de las personas y sus experiencias, a veces en cada comunidad es difícil que ellos mismos formulen el Plan de Acción. Así que dependiendo de cada caso, es necesario que el coordinador ofrezca el apoyo.

Alianza con el sector turismo: En la vereda La Chamba se concentra en la producción de cerámica, y no está integrado con otro sector como turismo. Sin embargo, existe la idea de buscar integrarse con el sector turismo que se encuentra en el área del río Magdalena, y ya se ha comenzando a estudiar esa posibilidad.

Características de la vereda: Como La Chamba es un pueblo pequeño, la mayoría de ellos tienen parentesco (son familiares). Además el 80% de la comunidad en La Chamba depende de un salario mínimo. En comunidades como La Chamba, la sociedad que las conforma es pequeña y suelen generarse resentimientos como la envidia y la hostilidad con frecuencia. Los



que se trabajan en pueblos pequeños deben estar preparados para detectar estas características cuando ingresen a la comunidad.

## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de mujeres: En el negocio de la producción de cerámica negra, los hombres transportan materiales y venden los productos, y las mujeres en general se encargan de la fabricación. En la producción también se encuentran las madres solteras, mujeres embarazadas, y los mayores de edad.

Inclusión de los jóvenes: Con el fin de promover la pertenencia e identidad de la comunidad en el territorio, se organizó un evento de redescubrimiento de los tesoros patrimoniales - como bailes y canciones típicas de la región- , para que los jóvenes de la vereda pudieran reconocer los recursos y sitios de su entorno, promoviendo de esta manera el orgullo de su territorio y la integración de la comunidad. Las actividades han estado encaminadas al reconocimiento de la importancia de la tradición artesanal y las características únicas de la vereda en busca de identificar aquellas cosas que despiertan el amor por lo propio en las personas de la comunidad, especialmente en los jóvenes de la vereda. En el Fashion-Show que el Proyecto organizó en diciembre de 2016, en Expo-Artesanía, para presentar los productos de caña flecha producidos por la comunidad de Tuchín, se presentó también los productos de cerámica negra de La Chamba. Los estudiantes que participaron en la presentación intercambiaron sus experiencias con los estudiantes de Tuchín. Esa experiencia conjunta ayudó a aumentar el sentimiento de orgullo hacia sus productos.

## 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Alianza con el Comité departamental OVOP: En Chamba, fueron donados 7 hornos de gas con el Fondo Comunitario de la Embajada del Japón, con los cuales se espera que los artesanos reduzcan los riesgos para su salud, conserven el medio ambiente y desarrollen más rápido y eficientemente su trabajo de manera colectiva. En esta ocasión, se formó el Comité departamental OVOP. Después del cambio de las autoridades de gobierno, las actividades del Comité departamental OVOP se han disminuido que antes, pero los aliados departamentales,

como el SENA y la Cámara de Comercio han ofrecido varios apoyos. La Gobernación de Tolima reconoció las cerámicas negras de la vereda La Chamba como un producto de patrimonio cultural. El Comité local OVOP, recientemente ha solicitado a la gobernación un espacio dentro de su edificio, para la exhibición de las cerámicas negras.

Característica de las veredas: El 80% de los residentes en La Chamba gana el salario mínimo, y muchos de ellos son parientes. La comunidad de La Chamba es pequeña y es fácil que se genere el sentimiento de la envidia hacia otras personas. Para entrar a una comunidad pequeña, los facilitadores deben tener cuidado de no generar inestabilidad en la comunidad.



## **(8) Departamento de Huila, Municipio de Villavieja: Turismo Astronómico**

### 1) Antecedentes

El desierto de la Tatacoa, en el municipio de Villavieja, posee condiciones climáticas y atmosféricas ideales para la contemplación de las estrellas y otros cuerpos celestes; por ello, el nivel de visitantes ha venido incrementándose. Sin embargo, a pesar del potencial geográfico, cultural e histórico que posee el área central del municipio de Villavieja, sus habitantes no se estaban beneficiando del turismo. La alcaldía, que posee un observatorio astronómico, seleccionó como iniciativa idónea de OVOP el “Turismo Astronómico”, con la esperanza de promover el flujo de turistas en el municipio de Villavieja.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

## 2.1. Ampliación de Participación

Fortalecimiento de orgullo y integración en la Comunidad: El Proyecto realizó un "Famtrip" (Viaje de Familiarización) en el área central del municipio y el área del desierto Tatacoa en el municipio de Villavieja para mejorar el conocimiento de los productos de ambas zonas. Asistieron alrededor de 40 personas. En el área central del municipio de Villavieja, se volvieron a confirmar: un museo en el que se encuentran riquezas culturales paleontológicas y arqueológicas, que datan del período del Mioceno y vestigios precolombinos de la época Colonial; productos de totumo, recetas tradicionales de comida, y otros. En el área del desierto de Tatacoa, se reconfirmaron: un equipo antiguo para extraer jugo de caña; bebidas, cremas, y champú hechos con las hierbas del desierto, y otros. En este viaje, también se logró que acompañaran funcionarios de la alcaldía, para que conocieran de primera mano las actividades de la iniciativa. Se logró confirmar los recursos locales y tesoros propios tangibles e intangibles de las familias, las casas, y la comunidad. Este viaje contribuyó a promover la integración de dos zonas en Villavieja. Adicionalmente, se diseñó un catálogo comunitario, con la manera participaría de ambas áreas. Este catálogo contribuyó a fortalecer el sentido de solidaridad de la comunidad de Villavieja, y después del lanzamiento del catálogo, se incrementó el número de los participantes en la iniciativa.

Presencia del líder OVOP: Uno de los factores que ha dinamizado a OVOP Villavieja ha sido la participación de dos personas de la comunidad que actúan como líderes, uno es de el área central y otro es del desierto, comparten la información, coordinan las actividades entre los áreas y animan a otros participantes, especialmente los jóvenes, para avanzar en la iniciativa; ya se han ido posicionando nueva liderazgo de mujeres del territorio.

Autogestión y alianza de la comunidad: El festival astronómico ha sido una experiencia de aprendizaje importante. Hubo un impacto negativo al medio ambiente, pero se logró avanzar en cuanto a esa situación. La comunidad de Villavieja -sus habitantes-, con el apoyo de empresas privadas, logró implementar la campaña: "Protege Tu Territorio", para mostrar su determinación al turismo sostenible. A través de esta experiencia, se comenzó a dar más importancia al desarrollo comunitario sostenible.

Formación de la organización hacia el desarrollo comunitario: Con la promoción de turismo astronómico, la asistencia de turistas ha aumentado en hoteles y restaurantes. En Villavieja, existe una red de 70 emprendimientos, que ha ido madurando y creando redes de solidaridad y apoyo para el posicionamiento de su producto. En este contexto, se ha venido comenzando el movimiento para formar una organización oficial que contribuya a la promoción del desarrollo comunitario.

Logotipo nacido de la comunidad: Los participantes de la iniciativa recuperaron el logotipo que estaba olvidado en la comunidad. Los participantes dijeron que antes no se sentían a gusto, cuando decían que procedían de Villavieja (ya que el nombre indica que la villa es vieja y atrasada), pero ahora en cambio se sienten muy orgullosos de vivir en Villavieja, y se atreven a decir sin pena: SOY VILLAVIEJA. Readaptar un logotipo es una prueba del orgullo de los participantes por su comunidad y por su participación en la iniciativa.

## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de campesinos: En noviembre de 2016, la iniciativa de Villavieja, realizó un intercambio con la iniciativa de OVOP del municipio de Filandia, departamento de Quindío. En esa ocasión, se dieron cuenta de que en Filandia se estaba utilizando los recursos del área rural para turismo, precisamente los mismos recursos que se encuentran también en la zona rural de Villavieja. Después del intercambio, se compartió la idea de eco-turismo con los campesinos en la zona rural de Villavieja, y algunas familias se decidieron a participar en OVOP, para ofrecer sus servicios y conocimiento de la producción de cacao como parte de la iniciativa.

## 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Apoyo de la alcaldía municipal: En cuanto a la alcaldía municipal, aunque la iniciativa de “Turismo Astronómico” fue presentada por la alcaldía de Villavieja, el observatorio astronómico que pertenece a la misma municipalidad, no había podido participar a la iniciativa por su problema administrativo. Sin embargo, en junio de 2016, la alcaldía municipal

resolvió su problema administrativa bajo una nueva modalidad de operación. Contrató a un nuevo especialista bilingüe e inició implementar un programa para promover el conocimiento astronómico y el turismo en Villavieja. Además, incorporó a OVOP en el Plan de Acción de la misma municipalidad. En agosto de 2016, el municipio de Villavieja organizó el Primer Festival Astronómico en el desierto de la Tatacoa, evento científico y académico para la observación solar, celeste, conferencias, vuelo de cometas, y "astrocamping", entre otras actividades. Durante 4 días lo visitaron más de 5,000 personas. Después del cambio de autoridades del gobierno local, en el año 2016, la alcaldía municipal ha venido colaborando para fortalecer la iniciativa. Cuando hay dificultades para lograr la participación de la alcaldía municipal es mejor no forzar la relación. La comunidad debería continuar la iniciativa y después verán la oportunidad de la incorporación de las autoridades locales.

Apoyo de parte de Comité departamental OVOP: Otro factor de desarrollo comunitario en Villavieja, es el nivel de coordinación aportado por la Gobernación de Huila, la Oficina de Competitividad y Productividad de la Secretaría de Planeación y el punto focal de OVOP. En el departamento de Huila, en el año 2013, se promulgó el decreto 227 para establecer el Comité departamental OVOP, y se cuenta con el apoyo de la Gobernación y entidades departamentales tales como: Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena (CAM), Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Secretaría de Cultura y Turismo, y otros como la Universidad Sur-Colombiana. Aun en tiempo de cambio de gobierno local, el encargado de OVOP dio apoyo al director y lo ha mantenido para promover el OVOP. De parte de la Gobernación, se invitó al Grupo OVOP a Expo Huila, para promocionar la oferta de Villavieja. Después, a través de la Secretaría de Cultura y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) adoptó oficialmente el eslogan de Villavieja: "Una ventana al universo", y se incluyó al municipio de Villavieja como parte del paquete turístico del Departamento de Huila.

Multiplicación de OVOP a otros municipios : Valorando la experiencia de OVOP en Villavieja, la Oficina de Competitividad y Productividad de la Secretaría de Planeación, ha iniciado a multiplicar el enfoque OVOP a otros municipios, y ya realizó un taller de socialización de

OVOP a - Palestina y Saladoblanco- en septiembre 2017. El proceso de replica que asumido por la gobernación estarán garantizando su sostenibilidad.

		
Receta gourmet local	Ventana hacia el Universo	Campaña Protege tu Territorio

## (9) Departamento de Cauca, Municipios de Inzá y Páez: Tierradentro - Hacia una Experiencia Etnoturística

### 1) Antecedentes

Los municipios de Inzá y Páez, ubicados en la zona montañosa al oriente del departamento del Cauca, comprenden en su territorio el Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro, declarado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad en el año 1995. La iniciativa de Tierradentro está basada en el etnoturismo y aprovecha sus recursos culturales. El territorio se caracteriza por ser pluriétnico y tiene más de 1,500 años de historia. Se destacan aspectos tales como: el trabajo en comunidad (minga), las iglesias doctrineras (con más de 300 años de antigüedad) y los hipogeos (galerías subterráneas o pasajes excavados en laderas rocosas, de carácter funerario). El productor aprovecha los recursos culturales e involucra el capital humano de la región, buscando articular pobladores diversos (indígenas, campesinos) alrededor de varias expresiones, a saber: bailes, artesanías, patrimonio material y cultivos.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

#### 2.1. Ampliación de Participación

Realización de los eventos de OVOP: La participación en la iniciativa ha aumentado como consecuencia de haberse convocado a más eventos por productores y operadores turísticos; así como por haberse organizado ferias, mini-ferias, visitas a colegios para efectuar jornadas

de socialización, etc. En la Jornada de identificación y caracterización de recursos locales y tesoros participaron 46 personas de Inzá y 41 personas de Páez. Se organizó las "Ferias ganaderas y turísticas de Tierradentro"; hasta agosto de 2016 dos ferias realizadas, una en cada municipio. En septiembre de 2017, se ha realizado 75 proyectos en Inzá y 53 proyectos en Páez que tienen relación con OVOP. En la comunidad, se manifiesta que se ha aumentado las ventas grupales y fortalecido la solidaridad de la comunidad. Otros han manifestado que OVOP ha contribuido a dar más posibilidades a la comunidad.

Organización promotora de OVOP en la comunidad: Con 29 socios (guías, comerciantes, artesanos, propietarios de posadas turísticas, y líderes comunitarios), se ha constituido una empresa solidaria en la comunidad de Tierradentro -CENTUR (Corporación Empresarial Destinos Turísticos "Tierradentro")-, sin ánimo de lucro, que tiene por objetivo principal: brindar bienestar, ayuda, solidaridad, mejoramiento de la calidad de vida a sus asociados fundadores o activos, adherentes, y sus respectivos grupos familiares, a los colaboradores, a las comunidades locales, rurales, departamentales o nacionales en las que se desarrollen sus proyectos o programas. Tiene como propósito el desarrollo de las siguientes actividades: i) Organizar y desarrollar procesos de gestión, servicios, distribución, producción y comercialización de bienes y servicios. ii) Promocionar y divulgar el turismo comunitario y el ecoturismo en la zona de Tierradentro de los municipios de Inzá y Páez, a través de servicios como: alojamiento en fincas, excursiones y caminatas, entre otros. iii) Organizar: ferias turísticas, artesanales y otros; conciertos, eventos, fiestas sociales, convenciones para el sector privado, público y del sector social y solidario. iv) Fortalecer la industria gastronómica, ofreciendo por medio de festivales, un abanico de posibilidades de todo tipo de platos nacionales e internacionales. v) Promocionar encuentros culturales: de música, recreativos, poetas, pintores, cuenteros y diferentes artistas. Las actividades que se mencionó en 2.1) como ferias, mini-ferias, y visitas a colegios, han sido realizadas por esta organización.

Cambio de marca-región: Se ha elaborado la propuesta comunitaria de marca-región para Tierradentro: "Tierradentro maravillas por vivir". Sin embargo, recientemente se ha

modificado como "Tierradentro Mágico y Natural" para promover el OVOP a fuera de la comunidad.

Incremento de competitividad de los productos locales: En Tierradentro, se enfoca el desarrollo y el fortalecimiento de los productos locales. Se ha desarrollado 79 productos de OVOP (café, champú, bebida energizante con coca, bebida alcohólica local, etc.). Se abrió la tienda de OVOP en 2017. Los clientes son colombianos y extranjeros. Los productos de Tierradentro tiene más competitividad: Por ejemplo: la mochila Indígena Naza, uno de los productos muy locales, se producía con materiales locales de lana, pero ahora hay carencia de materiales locales y se tiene urgencia de comprar el mismo material en otra región al norte de Cauca.

Alianza entre la comunidad y la alcaldía: En la cultura indígena de Tierradentro, se alterna la responsabilidad de alcalde. Así que después del cambio de gobierno, los funcionarios anteriores de la alcaldía municipal se continúan trabajando como líder de la comunidad. En este sentido, la comunidad tiene buena relación con la alcaldía. Además, algunos líderes de la comunidad, se han convertido en promotores o embajadores de buena voluntad de OVOP, divulgando el movimiento de OVOP dentro y fuera del departamento del Cauca. La relación entre Inzá y Páez son buenas también. Recientemente, se firmó el convenio sobre turismo; como Páez no tiene suficiente hoteles, se presenta clientes a los hoteles en Inzá.

Promoción de OVOP en resguardo de los indígenas: En la cultura indígena, el Resguardo es una institución legal socio-política conformada por un territorio de una comunidad. En cada Resguardo, existe un Cabildo, cuyos miembros son elegidos por la comunidad, y tiene la atribución de representar la comunidad y realizar las actividades comunitarias. Además, en la cultura indígena, existe la tradición de las mingas -trabajo colectivo-. En este sistema, si los líderes de la comunidad tienen entendimiento acerca del enfoque OVOP, se podría esperar un mayor impacto en el aumento de la participación, inclusión social y desarrollo comunitario.



## 2.2. Inclusión Social

Inclusión de campesinos (mestizos y afrodescendientes): En Páez, 85% de la población son indígenas, 10% son mestizos, y 5% son afrodescendientes. En Inzá, 40% son indígenas, el resto son mestizos y afrodescendientes. En general, los mestizos y los afrodescendientes viven en el área rural. En caso del Comité local OVOP en Tierradentro, se conforma con diferentes grupos étnicos.

Capacitación a campesinos: En Colombia, la pobladores de las zonas rurales no han sido beneficiarios del desarrollo comunitario; en Tierradentro, se ha ofrecido cursos básicos de 40 horas para generar mayor nivel y consolidar el personal en la formación técnica incluyendo a los campesinos. Por ejemplo, se ofreció el tema de barismo, quienes pretenden darle una connotación diferente a los tipos de café, y además confirmaron la particularidad del café de su territorio. La idea es que tanto el campesino como el prestador de servicios turísticos se integren al proceso, con una formación que les permita diversificar los productos.

Socialización de OVOP a los desmovilizados: En agosto de 2016, se terminó el conflicto con las FARC; se concluyó la dejación de las armas y se comenzará la reintegración de los ex-combatientes de las FARC. En el departamento del Cauca, tienen dos (2) zonas veredales transitorias de normalización (ZVTN) y un (1) punto transitorio de normalización (PTN). Como está ubicado cerca de los ZVTN, los representantes de Tierradentro hicieron una visita para socializar las dinámicas de los territorios. En esa ocasión, también se hizo la socialización del enfoque OVOP.

## 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Apoyo de los aliados en nivel departamental: El punto focal de OVOP es el Departamento de Planeación de la Gobernación. Un funcionario que había sido participante en el curso de OVOP en Japón tenía consciencia para apoyar la iniciativa; pero después del cambio de gobierno en el año 2016, el apoyo de parte del departamento ha estado inactivo. En otro lado, la Secretaría de Desarrollo y Competitividad de la Gobernación del Cauca, estableció la Corporación Mixta de Turismo del Cauca, con participación de los municipios de Inzá y Páez,

SENA, y Corporación Nasa Kiwe Nacional, para implementar el proyecto denominado: “Incremento de la Competitividad del sector turismo mediante la iniciativa OVOP en Tierradentro Cauca”<sup>4</sup> con el fondo de Regalías<sup>5</sup>. La capacitación a los campesinos mencionado en (2)-2) es uno de los componentes del desarrollo humano en este proyecto. La Corporación Mixta de Turismo de Cauca está facilitando el apoyo a OVOP a través del fondo de Regalías. El financiamiento de Regalías se considera el apoyo tradicional, y falta la participación comunitaria, pero el desarrollo de la infraestructura turística por parte de la Corporación Mixta de Turismo del Cauca está creando una relación complementaria con OVOP. Otros proyectos ofrecidos por el nivel departamental y que tienen relación con OVOP son: Restauración de cuatro capillas doctrineras por parte del Ministerio de Cultura, y Ejecución del proyecto "Diseño del producto turístico para Tierradentro por parte de FONTUR.

Alianza con universidades: En la zona especial para turismo, cercana al Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro, Patrimonio de la Humanidad de UNESCO, también se encuentran las actividades arqueológicas de las universidades. Sin embargo, la Universidad del Cauca está ubicada en Popayán, cabecera del departamento del Cauca, que está lejos de Tierradentro. En Tierradentro, no existe campus satélite de la Universidad de Cauca tampoco. Se espera que vengan estudiantes de pasantía para apoyar el proceso de desarrollo local.

Relación con otros donantes: Como Inzá y Páez son las municipalidades receptoras del proyecto del posconflicto de la Unión Europea. Según la Unión Europea, se las ha seleccionado porque tienen la base social fortalecida por OVOP, y se puede esperar la generación de impactos.

---

<sup>4</sup> El apoyo a este proyecto consiste en 1,268,840,000 pesos.

<sup>5</sup> Es el fondo que el Gobierno recibe por explotación de recursos naturales no renovables, y que se distribuye a municipios, departamentos, puertos marítimos y fluviales, por donde se transporta el petróleo y sus derivados. Los municipios que reciben estas Regalías, las invierten en el fondo de desarrollo social de acuerdo a la Ley.

**fierradentro**  
MÁGICO Y NATURAL



Departamento de Cauca: Tierradentro (Inzá y Páez)

## **(10) Departamento de Nariño, Nudo de los Pastos: Fiesta al Sol Inti Raymi**

### 1) Antecedentes

Es una fiesta espiritual y cultural que nació hace siglos en los distintos pueblos de Los Andes (Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia) y que es celebrada en Colombia, por el Pueblo Indígena de los Pastos, en Nariño. Se trata de una fiesta sagrada al “Taita Sol”, que se realiza para celebrar el solsticio de verano, el día 21 de junio de cada año, el cual se caracteriza por ser el día más largo, con la noche más corta. La fiesta es un espacio para el encuentro de los pueblos indígenas y no indígenas, y en el mismo se expresan manifestaciones culturales de los pueblos originarios (música típica, comida, bailes y danzas en honor al Sol, a la Tierra y a la Vida). Con el propósito de institucionalizar la Fiesta Sagrada de Inti Raymi, en el año 2013 se elaboró el Proyecto de Ley, que la declara patrimonio de la Nación.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencias, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

#### 2.1. Ampliación de Participación

Selección del área para OVOP: Ha sido difícil coordinar las actividades de la iniciativa en los 20 municipios o 25 resguardos indígenas. Aplicar el movimiento de OVOP en áreas donde se encuentran muchos municipios es difícil realizar coordinación entre las comunidades; solo 5 - 6 municipios tienen interés. No se ha observado incremento de la iniciativa OVOP.

Formación del plan de desarrollo para el pueblo indígena: Se ha formulado el Plan de Desarrollo Turístico del Pueblo Indígena de los Pastos 2015-2020, considerando las sugerencias de las autoridades indígenas en el año 2013: ha sido elaborado por la comunidad

y para la comunidad. Se ejecuta de manera incluyente en cada uno de los Resguardos Indígenas vinculados, para desarrollar un tipo de etnoturismo, aprovechando la diversidad cultural y geográfica del territorio. El Plan tiene por objetivos: "Desarrollar el territorio de los Pastos como un Destino Turístico", "Rescatar, preservar y valorar el patrimonio cultural y natural del pueblo indígena del pueblo de los Pastos", "Generar oportunidades para el desarrollo social y económico de la comunidad indígena del pueblo de los Pastos", "Consolidar una imagen turística del pueblo de los Pastos", "Promover el liderazgo local para el desarrollo turístico del territorio de los Pastos".

Apoyo del fondo de regalías: Para la implementación de este Plan de Desarrollo Turístico el monto es de 286,000,000 pesos y para el proyecto de "Socialización del Plan de Desarrollo Turístico" la cuantía es de 80,000,000 pesos, lo que incluye capacitaciones en turismo, un diplomado cultural y el diseño de la página web, ha sido financiado por Regalías departamentales. Apoyo del fondo de Regalías, puede ser uno de los factores por los que OVOP tiene dificultad de ingresar en la comunidad; es decir, cuando la comunidad está acostumbrada a recibir financiamiento desde arriba. OVOP requiere interés de parte de la comunidad, y para trabajar en OVOP, es necesario cambiar la forma de pensar.

## 2.2. Inclusión Social

Es difícil medirla también, por la misma razón antes mencionada.

## 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

Existe un Plan de Acción formulado por el Comité de OVOP a nivel departamental; pero la ejecución es difícil, por falta de articulación y coordinación.



Departamento de Nariño, Nudo de los Pastos: Fiesta al Sol Inti Raymi

## **(11) Departamento de Putumayo, Valle de Sibundoy: Agroturismo y Ecoturismo en Reservas Naturales y Fincas Agroecológicas**

### 1) Antecedentes

Se trata de un proceso comunitario en el que se mezclan la conservación y la producción sostenible en reservas naturales de la sociedad civil, presentes en el Valle de Sibundoy. Se fomenta el agroturismo y el ecoturismo, como una fuente de ingreso económico alternativa, en donde se pueden apreciar senderos, huertos ecológicos, paisajes, bosques, observación de aves, entre otros atractivos.

### 2) Buenas Prácticas, Lecciones Aprendidas, Sugerencia, y Medidas de Consideraciones Desde el Punto de Vista de Participación

#### 2.1. Ampliación de Participación

En los valles de Sibundoy - 4 municipios; Santiago, Colón, Sibundoy y San Francisco -, se observa que el beneficio individual tiene mayor prioridad para los finqueros. En los municipios del Valle de Sibundoy, OVOP nunca pudo ingresar a la comunidad.

#### 2.2. Inclusión Social

Inicialmente, se han manifestado que los campesinos y los jóvenes se hubieran involucrado en las iniciativas viéndola como una oportunidad para mejorar los ingresos; pero como no ha habido implementado OVOP, tampoco se promovió la inclusión social.

#### 2.3. Apoyo de Parte de Aliados para la Comunidad

No reportes de las actividades de parte de los aliados como la formación del Comité departamental OVOP.