



# **La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia**

**David Soto Uribe**  
**Abril 2006**



## **INDICE PRELIMINAR**

### **Presentación**

- 1. Identidad y competitividad territorial: un enfoque de desarrollo territorial**
  - 1.1. Contexto**
  - 1.2. Desarrollo territorial rural: identidad y patrimonio cultural**
  - 1.3. Desarrollo territorial rural: competitividad y desarrollo endógeno**
- 2. Valorización de la identidad territorial en estrategias de desarrollo territorial en Europa**
- 3. Valorización de la identidad territorial en estrategias de desarrollo territorial en América Latina**
- 4. Políticas públicas para la valorización de la identidad territorial como base para el desarrollo territorial**
  - 4.1. La política de desarrollo rural y empresarial en Colombia**
  - 4.2. Patrimonio cultural y promoción del turismo**
  - 4.3. La protección de productos y servicios con identidad cultural**
- 5. La valoración de la identidad territorial como base para el desarrollo territorial, experiencias en Colombia**
  - 5.1. La agroindustria del Bocado Veleño**
  - 5.2. El agroturismo en el Eje Cafetero**
  - 5.3. Otras experiencias**
- 6. Conclusiones**

## **Presentación**

El proceso de globalización, las nuevas exigencias de los mercados internacionales, la redefinición del rol del Estado y la agudización de los desequilibrios socioeconómicos entre regiones, entre otros fenómenos, imponen a los territorios el reto de definir y gestionar una senda propia para un desarrollo integral e incluyente. En el nuevo orden mundial, el desarrollo territorial ocupa un lugar fundamental en las políticas de los Estados.

En Colombia, las iniciativas de desarrollo socioeconómico territorial cobran una importancia definitiva con el proceso de descentralización que inició el país a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta. En el marco de este proceso, las entidades territoriales, municipios, departamentos, distritos, son responsables del desarrollo económico de su territorio. Así mismo, con la Constitución Política de 1991 se reconoce al patrimonio cultural como un punto de referencia que, al generar la construcción de lazos sociales, de vínculos de cohesión, de identidad y de memoria en los distintos niveles de gobierno, permite un desarrollo social, democrático y económico.

Este trabajo estudia el tema del desarrollo territorial rural en Colombia desde el punto de vista conceptual, institucional y normativo. Incluye además un análisis de algunas experiencias de desarrollo territorial rural a partir de productos y servicios con identidad territorial.

El documento comprende en la primera parte, una revisión y análisis de los principales enfoques y conceptos que se encuentran tanto en la literatura europea como en la latinoamericana sobre el desarrollo territorial rural con énfasis en la identidad y en las marcas territoriales.

En la segunda parte, se presentan algunas experiencias europeas y latinoamericanas de desarrollo territorial rural basadas en productos y servicios con identidad cultural consideradas como referencias importantes para el estado del arte y los estudios de caso en Colombia. En estas experiencias se identifican los principales actores e instituciones involucradas, así como las principales características – comunes y distintivas – relacionadas con iniciativas, estrategias, mecanismos y funcionamiento.

Teniendo en cuenta que Colombia no cuenta con un marco legal específico en materia de regulación y promoción de productos con identidad territorial, en la tercera parte se identifica la normativa general sobre descentralización, desarrollo territorial, agricultura, turismo, cultura, comercio y propiedad intelectual y algunos instrumentos de planeación y gestión de las políticas públicas que facilitan el desarrollo territorial rural a partir de la puesta en valor de los productos y servicios con identidad cultural.

En la cuarta parte, se presentan algunas experiencias relacionadas con el desarrollo territorial rural abordado desde la vertiente de identidad territorial en Colombia. La aproximación se hace en dos direcciones; de una parte se observan las experiencias donde el desarrollo territorial se ha promovido a partir de productos con identidad; de otra parte se estudian aquellas experiencias donde son los servicios los que han creado dinámicas de desarrollo territorial. En ambos casos se identifican los principales actores e instituciones involucradas, las condiciones en las cuales han surgido las iniciativas y las características principales de las estrategias y mecanismos implementados.

De esta manera, se da respuesta a los interrogantes que plantea la consultoría y que se constituyen en la base principal para el desarrollo del tema en Colombia, a saber: ¿Por qué surge un determinado desarrollo territorial rural con identidad cultural? ¿Cuáles han sido los elementos en

común en los distintos procesos? ¿Qué papel han jugado las políticas públicas en el nacimiento y desarrollo de estas experiencias? ¿Cuál ha sido la influencia de los elementos institucionales, políticos sociales y económicos sobre la puesta en valor de productos y servicios culturales? ¿Cómo es que estos procesos se han potenciado hasta convertirse en una marca visible? ¿Cuáles son las instituciones que lo han permitido? ¿Cuál sería el papel de distintos sectores en la gestación, prestación y financiación de estos nuevos servicios y facilidades y en el desarrollo de estas nuevas formas de organización? ¿En qué medida sería necesario cuestionarse el concepto clásico de competitividad? ¿Qué se puede hacer para evitar errores y reducir riesgos? y ¿Cuál sería la relación entre identidad, calidad y competitividad, y su sostenibilidad en el tiempo, en el caso de este tipo de desarrollo?

## **1. Identidad y competitividad territorial: un enfoque de desarrollo territorial**

### **1.1. Contexto**

Es comúnmente aceptado que dos fenómenos contemporáneos, a saber, la globalización de la economía y el fortalecimiento de la democracia local, posicionan las estrategias de desarrollo territorial en el centro de las políticas de los Estados. En el nuevo orden internacional, el desarrollo de las ventajas competitivas de los países y más específicamente de sus territorios, es de vital importancia para mejorar la calidad de vida de la población.

En el mundo globalizado la competencia se da entre las economías regionales y no entre las nacionales. En efecto, el nuevo orden económico mundial ha llevado a una reestructuración de los sistemas productivos nacionales, los cuáles tienen una indiscutible base territorial. Visto de otra manera, la adaptación de las economías nacionales a las exigencias de la globalización en materia de productividad, innovación y tecnología, depende de la capacidad de las economías territoriales para identificar y aprovechar las potencialidades que ofrece el territorio.

Por otro lado, el proceso de redefinición del Estado iniciado en los años ochenta ha incluido, entre otras estrategias, la *descentralización* de la acción pública hacia las entidades territoriales, en un intento por explotar los beneficios de la proximidad. Esto ha favorecido la *territorialización* de las políticas públicas, dinámica en la cual los territorios son cada vez más activos y responsables a la hora de adoptar modelos propios de desarrollo. En este sentido, y junto con la crisis de las políticas regionales tradicionales diseñadas e implementadas desde el nivel central, las estrategias de desarrollo territorial que tienen en cuenta la diversidad de los territorios<sup>1</sup> y de los sistemas productivos adquieren un papel preponderante para el mejoramiento de la competitividad económica y de la inserción internacional.

### **1.2. Desarrollo territorial rural: identidad y patrimonio cultural<sup>2</sup>**

La identidad no es otra cosa que aquello que nos diferencia de los otros tanto en el ámbito individual como colectivo. Supone la conciencia de pertenencia a un grupo determinado y una simbología propia que reclama ser reconocida, protegida y promovida. Ahora bien, cuando se habla

---

<sup>1</sup> El territorio entendido como una construcción social donde interactúan factores sociales, económicos, históricos, culturales, ambientales y espaciales, entre otros

<sup>2</sup> Desarrollado con base en el documento “Revisión del marco conceptual y de política pública de los derechos y deberes culturales.” desarrollado en el marco del proyecto “Consultoría especializada para el fortalecimiento de los programas de promoción de los derechos humanos y deberes conexos adelantados por la Personería de Bogotá.

de identidad cultural se habla de la identificación con valores generales que expresan, leen e interpretan una cultura que es cambiante, mutable, variable y que se transforma en la continuidad histórica. De esta manera, aparece la idea de una identidad territorial que provee a los bienes y servicios locales de elementos de diferenciación y de calidad que les permiten acceder a mercados cada vez más exigentes en cuanto a los estándares de producción y de exclusividad del producto.

Ahora bien, al hablar de patrimonio cultural se hace referencia a un conjunto muy diverso de bienes tangibles o intangibles que se encuentra en permanente construcción y cambio, que tiene diversas formas y procedencias, y que posee una particular significación colectiva así como valores estimables que conforman sentidos y lazos de pertenencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano y los cuales se transforman según las dinámicas socioculturales, económicas y políticas en donde se aprecien. En su concepción renovada se entiende como una construcción de diversos acontecimientos, compleja, amplia y dinámica que representa simbólicamente una identidad (SINNING, 2004: 9), más allá de una concepción histórica tradicional.

Podría afirmarse que al interior de una comunidad hay tantos patrimonios como memorias e identidades. Por esta razón no se puede hablar de un solo patrimonio verdadero, este es resignificado, reimaginado y reinventado constantemente y nunca está totalmente acabado. Se trata de un conjunto muy diverso tanto de bienes que inicialmente fueron heredados como de otros que se fueron y se seguirán constituyendo de diversas formas y procedencias. Para efectos de este trabajo, el patrimonio territorial será entendido en una acepción amplia, es decir, construido a partir de los elementos culturales, productivos, paisajísticos, ambientales, históricos, sociales, presentes en un territorio que son compartidos por los actores locales: agentes productivos, autoridades locales, sociedad civil, y que permiten cierto reconocimiento externo del territorio.

En este contexto, para los Estados contemporáneos el patrimonio cultural cobra toda su significación al ser la representación de esos grandes valores que se vivencian de manera concreta y dinámica en un territorio, y que son importantes porque construyen memoria, sentidos y lazos de pertenencia tanto espaciales como temporales para un grupo o colectivo humano. Los valores más representativos y generales otorgados al patrimonio cultural son: el histórico, el estético y el simbólico. Estos siempre están presentes y se entrelazan de maneras diferentes. En la valoración de unos bienes se hará énfasis en el valor simbólico y en otros se hará en el estético o en el histórico, depende de los tiempos y los requerimientos socioculturales (SINNING, 2004: 10).<sup>3</sup>

La función del patrimonio cultural hoy es entonces, a diferencia del pasado, la de construir lazos sociales, vínculos de cohesión, de identidad y de memoria en los distintos territorios para generar un desarrollo democrático, social y económico. El patrimonio cultural permite afianzar los principios democráticos y el Estado Social de Derecho y así mismo, al “superar las concepciones tradicionales que limitaban el cuidado o la tutela del patrimonio al estudio y la conservación”, darle nuevos usos

---

<sup>3</sup>“El sentido del valor histórico se comprende hoy de manera distinta; se les reconoce a los objetos materialidad significativa, independientemente de su origen temporal, y pueden ser considerados como documentos para la construcción de la historia nacional, regional o local y de igual manera para el conocimiento científico. Al valor estético se le reconocen otros atributos, no solo de calidad artística (las obras de arte) para el disfrute social y el turismo cultural como proyecto económico. En el caso del valor simbólico los objetos manifiestan sentidos distintos a lo que inicialmente representaron, es decir, trascienden en cuanto a sus relaciones espaciotemporales inmediatas, a su producción o formación y funciones, y transmiten ideales e imaginarios culturales dinámicos e imbricados. Lo simbólico manifiesta cosmovisiones en tanto que sintetiza y fusiona modos de ver y sentir el mundo individual y colectivo teniendo un fuerte poder psicológico de identificación y cohesión social. Lo simbólico mantiene y renueva con su poder de actualización aspiraciones, deseos, ideales construidos e interiorizados que se comportan como vinculantes de tiempos y espacios de memoria” (SINNING, 2004: 10).

para que se convierta en fuente de renta y trabajo, y en consecuencia en fuente de desarrollo territorial (BALLART HERNANDEZ / TRESSERAS, 2000: 147).

De esta manera, la idea de una identidad territorial y del reconocimiento, protección y promoción de su patrimonio se considera fundamental para los procesos de desarrollo territorial basados en la noción de competitividad territorial debido a su fuerte anclaje en el territorio.

### **1.3. Desarrollo territorial rural: competitividad y desarrollo endógeno**

El nuevo paradigma en el campo del desarrollo económico es el del *desarrollo o la competitividad territorial*, es decir, el carácter localizado de los procesos de acumulación, de innovación y de formación de capital social (MONCAYO, 2004: 46). En la base de los estos planteamientos teóricos se encuentra la noción de la *competitividad sistémica* que se refiere al hecho de que en el mundo globalizado los agentes productivos compiten junto con su entorno.

Así como lo explica BOISIER (2003:18), el territorio es considerado como un actor indirecto de la competitividad en tanto que plataforma o malla de soporte de las actividades productivas. Asimismo, el territorio puede ser considerado como actor directo de la competitividad en tanto que espacio contenedor de una cultura propia que se traduce en la elaboración de bienes y servicios indisolublemente ligados a esa cultura, a partir de la cual se pueden construir nichos específicos de comercio de elevada competitividad.

De esta manera, surgen varias *corrientes teóricas* que posicionan al territorio como un elemento explicativo esencial de los procesos de desarrollo. (MONCAYO, 2004:46). Ejemplos de la revalorización de la territorialidad del desarrollo son: el enfoque de clusters de Porter, la Nueva Geografía Económica y los efectos de aglomeración, la importancia de las redes de interacción o el networking en las teorías de los distritos industriales y del medio innovador, el papel del compromiso cívico en los enfoques de capital social, el concepto de biorregión, entre otros.

La competitividad de los bienes y servicios producidos con un fuerte anclaje territorial, está íntimamente ligada a las condiciones institucionales, políticas, sociales, culturales y económicas del territorio en cuestión. El territorio y todo lo que este contiene compite con otros territorios para que sus actividades productivas gocen de mayor penetración en el mercado. Y esto se logra gracias al aprovechamiento y creación de ventajas competitivas ligadas a las particularidades territoriales.

Por otro lado, la noción de *desarrollo endógeno* también aparece como un punto de referencia para las estrategias de desarrollo territorial (sin importar la escala territorial de la que se habla). En general, esta aproximación, explica el desarrollo de las economías locales a partir de las condiciones particulares de cada territorio, de los potenciales territoriales que lo pueden hacer competitivo frente a otras economías territoriales.

Antonio Vázquez-Barquero<sup>4</sup> rescata el enfoque de desarrollo endógeno como un marco de análisis y de acción para el desarrollo territorial, y señala que el desarrollo a largo plazo se explica por una interacción de fuerzas que generan efectos multiplicadores de la inversión. El desarrollo endógeno se produce como consecuencia de la utilización del potencial y del excedente generado localmente y de la atracción, eventual, de recursos externos, así como del aprovechamiento de las economías externas presentes en los procesos productivos locales (VÁZQUEZ-BARQUERO, 2001).

---

<sup>4</sup> Catedrático de economía de la Universidad Autónoma de Madrid, Doctor en Economía y experto en desarrollo.

De esta manera, define el desarrollo local como un “proceso sostenible de crecimiento económico y cambio estructural en el que las comunidades locales están comprometidas por su interés en aumentar el empleo, reducir la pobreza, mejorar el nivel de vida de la población y satisfacer las necesidades y demandas de los ciudadanos” (VÁZQUEZ-BARQUERO, 2005: XII).

Para generar un proceso de desarrollo sostenido es preciso actuar pues sobre los factores que determinan en proceso de acumulación. Dichos factores o fuerzas contribuyen al proceso de acumulación de capital, generan economías externas e internas, de escala, reducen los costos generales y los de transacción y favorecen las economías de diversidad (VÁZQUEZ-BARQUERO, 2001:9). De acuerdo con Vázquez-Barquero, cuatro fuerzas o factores estarían detrás del proceso de desarrollo sostenible:

- ◆ La difusión de las innovaciones y del conocimiento entre empresas y organizaciones
- ◆ La organización flexible de la producción
- ◆ El desarrollo urbano del territorio
- ◆ La densidad del tejido institucional

Los procesos de desarrollo no se producen en el vacío, sino que tienen raíces institucionales y culturales. (Lewis, 1955; North, 1981 y 1994)<sup>5</sup>. La competitividad de las empresas depende del funcionamiento de la red de instituciones que estructuran el entorno donde operan las empresas. De esta manera, tendrán más capacidad para competir aquellas empresas en cuyo entorno hay un sistema de instituciones que les permite producir bienes públicos y generar las relaciones de cooperación entre los actores locales que impulsan el aprendizaje y la innovación (STRECK, 1991)<sup>6</sup>.

De acuerdo con Vázquez-Barquero, el desarrollo territorial se facilita allí donde hay un sistema institucional evolucionado y complejo. Este sistema está compuesto por las empresas, las instituciones de formación e investigación, las asociaciones de empresarios, los sindicatos y los gobiernos locales. El desarrollo institucional permite reducir costos de transacción y producción, aumenta la confianza entre los actores, estimula la capacidad empresarial y estimula los mecanismos de aprendizaje y de interacción.

Vázquez-Barquero señala que para generar dinámicas de desarrollo endógeno en los territorios, es necesario intervenir en los cuatro factores mencionados. Sólo cuando se produce una sinergia entre los cuatro factores los territorios entran en una fase de desarrollo de largo plazo, sostenido y con aumentos de competitividad del territorio.

Al respecto, Sergio Boisier<sup>7</sup> hace énfasis en la diferencia entre las nociones de desarrollo y crecimiento. Considera, a propósito del desarrollo endógeno, que en el contexto de la globalización (BOISIER, 2003:43), el crecimiento territorial es cada vez más exógeno a medida que la escala territorial es más pequeña, pues los actores que controlan los factores de crecimiento se alejan más del conjunto de actores locales. Por el contrario, sostiene el autor, el desarrollo debe ser considerado como cada vez más endógeno por su estrecha relación con la cultura local y con los valores que ella incluye<sup>8</sup>, valores que son intangibles.

---

<sup>5</sup> Citado en Vázquez-Barquero, 2001 p. 15.

<sup>6</sup> Citado en Vázquez-Barquero, 2001 p. 16.

<sup>7</sup> Economista de la Universidad de Chile y Master of Arts en Ciencia Regional de la Universidad de Pennsylvania, USA, Profesor de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

<sup>8</sup> El autor parte del principio de que la noción de desarrollo tiene un alto contenido axiológico. Dicho principio es aceptado por la mayoría de los autores del desarrollo.

El autor resalta que en la teoría del desarrollo endógeno, se intercambia libremente la palabra crecimiento por desarrollo. En efecto, todo proceso de desarrollo tiene una base material, es decir una base de acumulación. Boisier señala que este proceso acumulativo sólo dará paso a un verdadero proceso de desarrollo si adquiere un carácter local, es decir, si se basa en la explotación del capital sinérgico: el potencial de una comunidad para promover acciones en conjunto dirigidas a fines colectivos y democráticamente elegidos. Este *capital sinérgico* se encuentra más fácilmente en espacios sociales y territoriales pequeños, en que los contactos cara a cara, las costumbres y las tradiciones son muy importantes.

El desarrollo endógeno es pues una “propiedad emergente de un sistema territorial que posee un elevado stock de capitales intangibles y sinérgicos” (BOISIER, 2003:45). La endogeneidad del desarrollo territorial se da en cuatro planos que se cruzan entre si:

- En el plano político: la capacidad para diseñar y ejecutar políticas de desarrollo y la capacidad de negociar.
- En el plano económico: la apropiación y reinversión regional de parte del excedente para diversificar la economía regional y darle sustentabilidad en el largo plazo.
- En el plano científico y tecnológico: la capacidad para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio, capaces de provocar modificaciones cualitativas en el sistema.
- En el plano de la cultura: la capacidad para generar una identidad socioterritorial.

En la argumentación de Boisier adquiere especial importancia la noción de *capital intangible* de los territorios. Dichos capitales deben ser articulados, potenciados y diseccionados por el capital sinérgico, definido anteriormente. “Como se puede mostrar que en casi cualquier territorio organizado existe un amplio conjunto de tales factores y como ellos pueden ser sometidos a un ejercicio taxonómico que entregue categorías relativamente homogéneas en su interior, ellas son llamadas “capitales intangibles”. BOISIER (1999) ha trabajado diez categorías: capital cognitivo, simbólico, cultural, social, cívico, institucional, psicosocial, humano, y mediático” (BOISIER, 2002:12).

Otra noción importante en la argumentación de Boisier es la de *conocimiento tácito* entendido como aquel que es adquirido por la experiencia en el proceso productivo y está representado por prácticas organizativas, institucionales y estratégicas de los agentes económicos (SILVA, 1994)<sup>9</sup>. A esta noción, Boisier agrega que el conocimiento tácito es “también el conocimiento difuso poseído por los miembros de un grupo social, por una comunidad territorial, por ejemplo, y generado a través de procesos históricos que forman parte del capital cultural” (BOISIER, 2003:62).

La explotación del conocimiento tácito de cada territorio le representa una ventaja competitiva frente a otros territorios. La competitividad territorial se basa en el hecho de que el conocimiento tácito es difícilmente reproducible en otros contextos territoriales. El conocimiento tácito permite además la apertura de mercados para productos son identidad cultural respaldados por la cultura local.

De esta manera, Boisier sostiene que el desarrollo territorial de carácter endógeno se produce como resultado de un fuerte proceso de articulación de actores locales y de variadas formas de capital intangible, en el marco de un proyecto político colectivo de desarrollo del territorio en cuestión.

---

<sup>9</sup> Citado por BOISIER, 2003:62.



La estrategia de desarrollo territorial esta basada en la noción de contexto-dependencia: las respuestas y estrategias dependerán del contexto territorial. (BOISIER, 2001), es decir, la estrategia es sensible al contexto y por esto es importante el desarrollo de las capacidades del territorio y la generación colectiva de conocimiento sobre el entorno del territorio entendido como un sistema espacial, social, económico, tecnológico, cultural.

Es importante también la existencia de *sistemas productivos locales* para las dinámicas económicas territoriales. Este concepto fue introducido a partir de los años con el estudio de los distritos industriales italianos (BECATTINI, 1979). Desde los años ochenta, varios autores del desarrollo territorial han señalado la importancia para las dinámicas productivas locales de una aglomeración de pequeñas empresas del mismo sector en un territorio determinado.

En la noción de sistema productivo local convergen dos aspectos importantes para las dinámicas de desarrollo territorial. Por un lado, el de la organización de los agentes productivos locales de manera que se favorezcan las relaciones de confianza, el intercambio de información y la difusión del conocimiento. Por otro lado, la creación de *recursos colectivos* al interior del sistema productivo local. Al respecto, Bernard Pequeur<sup>10</sup> (1992) señala que “la territorialidad puede definirse como un conjunto de *activos específicos*, es decir, de activos que no pueden encontrarse bajo la misma forma en otros lugares, de los que gozan todos los actores económicos de un territorio en diferentes grados, y que se oponen a los recursos genéricos, que pueden encontrarse en varias localizaciones”<sup>11</sup>.

De esta manera, el sistema productivo local concebido como una organización puede crear tales activos, a partir de las formas como se relacionan los actores en el sistema. Estos activos pueden ser las normas y conocimientos compartidos y la imagen que el territorio proyecta al exterior (REQUIER-DESJARDINS). Pequeur señala que los activos específicos crean una renta territorial de la que se benefician los productos y servicios disponibles en el territorio. Estos activos específicos pueden asimilarse a los capitales intangibles señalados por S. Boisier.

A partir de la comprensión de la endogeneidad del desarrollo territorial y de los factores que lo determinan, se intuye la importancia de poner al servicio de la competitividad territorial, las particularidades de cada territorio; aquello que hace únicos y diferentes los bienes y servicios producidos localmente.

En este punto es importante introducir la reflexión de Romeo Cotruelo Menta sobre la cuestión de la *identidad y la imagen territorial* como un aspecto estratégico de las estrategias de desarrollo local. El autor señala que “para competir con éxito y poder impulsar un proceso de desarrollo genuino, resulta necesario que el territorio logre diferenciarse positivamente y llegue a poseer un cierto estilo propio” (COTORRUELO, 2001:19). De esta manera, es importante que se genere una identidad territorial entendida como la identificación de todos los actores de la comunidad local con su territorio, sus organizaciones, sus productos y servicios. En el otro sentido, la imagen territorial se refiere a la identificación externa que se hace del territorio. “Como una “marca”, la imagen territorial personaliza e identifica los atractivos y productos del territorio” (COTORRUELO, 2001:19) permitiendo el reconocimiento suprarregional o internacional de lo que lo hace particular frente a los demás.

La necesidad de integrar la gestión de la identidad y la imagen territorial en los procesos de desarrollo local, implica la utilización de técnicas de mercadeo territorial, similares a las utilizadas

---

<sup>10</sup> Geógrafo, Profesor de la Universidad de Grenoble, Miembro del Instituto de Geografía Alpina.

<sup>11</sup> Traducción libre. Citado en REQUIER-DESJARDINS, <http://mapage.noos.fr/RDV/denisJuillet2.htm#1>.

para la gestión de la identidad y la imagen corporativa. El punto de partida es la identificación de aquello que distingue al territorio y que diferencia lo que allí se produce de otros territorios y sus producciones. La construcción de la identidad y de la imagen territorial puede basarse en aspectos históricos, culturales, ambientales, productivos, entre otros.

De esta manera, se pueden identificar los principales elementos para la caracterización de las experiencias de desarrollo territorial rural. En primera instancia, es importante tener en cuenta la configuración del sistema productivo local y las relaciones entre agentes productivos. Asimismo, se debe identificar el nivel de desarrollo institucional del territorio. Por otro lado, en cada territorio se deben identificar las ventajas competitivas con base en las particularidades territoriales y culturales que pueden servir para la construcción de una identidad y una imagen territorial. A continuación se presentan algunas experiencias internacionales, latinoamericanas y colombianas, donde se pueden identificar estos elementos conceptuales.

## **2. Valorización de la identidad territorial en estrategias de desarrollo territorial en Europa**

En Europa se han desarrollado gran parte de los nuevos enfoques conceptuales del desarrollo territorial rural a partir de elementos de identidad cultural. Al interior de la Unión Europea ha existido una gran preocupación por el futuro del territorio rural y en consecuencia se han desarrollado diversas estrategias enfocadas a las regiones más atrasadas y a la integración del desarrollo rural con la política agrícola. En el ámbito comunitario se cuenta con un sistema desarrollado de protección de la propiedad industrial que comprende las denominaciones de origen protegida (AOP); las indicaciones geográficas protegidas (IGP) destinadas productos relacionados con el territorio pero de manera más débil que en el caso de las AOP; y los certificados de especificidad para productos sin anclaje geográfico pero cuya elaboración exhibe un carácter tradicional o particular.

En relación con las estrategias de desarrollo rural se destaca la iniciativa LEADER que en los últimos años ha logrado intervenir en cerca de 1000 localidades con un nuevo tipo de instituciones rurales que se caracterizan por la participación conjunta y comprometida de actores públicos y locales con el objetivo de dinamizar el desarrollo económico y local. Sin embargo, este no se constituye en el único esfuerzo dentro de la Unión Europea. En España de manera particular esta iniciativa comunitaria ha sido complementada con el Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales Objetivo 1-PRODER- cuyo fin ha sido impulsar el desarrollo endógeno y sostenido en regiones no cobijadas por los proyectos LEADER.

En España PRODER ha apoyado la conformación de una red que en cada comunidad autónoma ha perseguido los siguientes objetivos: el desarrollo endógeno y sostenido del medio rural, el fortalecimiento y diversificación de su economía, el mantenimiento de su población, la elevación de las rentas y el bienestar social de sus habitantes, y la conservación del espacio y de los recursos naturales. En el marco de esta estrategia de desarrollo rural, un elemento fundamental ha sido la creación de instancias, tipo Agencias de Desarrollo Territorial, responsables de la ejecución del proyecto territorial en jurisdicciones amplias que comparten problemáticas socioeconómicas similares. En el seno de estas agencias se federan los diferentes intereses de los actores locales buscando el aprovechamiento sostenible de los diversos recursos territoriales para el desarrollo integral de la región. De esta manera, PRODER actúa como un sistema de incentivos para la organización de las iniciativas productivas fomentando el desarrollo socioeconómico a través de la puesta en valor de los recursos endógenos.

Un ejemplo de la aplicación de esta estrategia de desarrollo lo constituye la Asociación para el Desarrollo de la Campiña-Norte de Jaén que es una entidad sin ánimo de lucro creada desde 1997 con el objeto de dinamizar el territorio de dos comarcas con condiciones de desarrollo desiguales: La Comarca Norte de Jaén y La Comarca de la Campiña. En este caso se articuló, en el marco del Proyecto PROMOJAEN, el trabajo de dos agencias de desarrollo con los objetivos de hacer frente a los problemas de desigualdad en el mercado de trabajo en la provincia de Jaén y de posicionar y mejorar la sostenibilidad en el mercado del siglo XXI, especialmente en los sectores agroalimentario, textil, de madera y de servicios ligados al medio rural como el turismo rural, patrimonio cultural, artesanía y medio ambiente.

Principalmente las actividades desarrolladas se focalizaron a la realización de un curso de gestión de cooperativas agrarias destinado fundamentalmente a trabajadores/as y empresarios/as del sector agroalimentario de los 25 municipios de la Campiña Norte de Jaén así como a acciones relacionadas con la potencialización de recursos específicos de algunos de sus municipios. Por ejemplo, se desarrollaron jornadas técnicas sobre la Denominación de Origen del aceite “Picual Jaén” en el municipio de Guarromán, jornadas para Pymes dedicadas al turismo cultural y al ecoturismo, un programa de formación y adaptación a la legislación sobre la manipulación de productos fitosanitarios en el municipio de Marmolejo, un programa de formación para la implantación de sistemas integrados de gestión de la calidad y el medio ambiente en el sector de la madera en el municipio de Arjona y un programa de formación para la implantación de sistemas integrados de gestión de la calidad y el medio ambiente en el sector textil en el municipio de Andujar, entre otros.

Adicionalmente, esta estrategia ha promovido el establecimiento de Agrupaciones de Desarrollo y de Cooperación Transnacional, de programas de trabajo transnacionales y de procesos de difusión de buenas prácticas que en el caso de los Municipios de la Campiña Norte de Jaén han propiciado encuentros de acercamiento con representantes de gobiernos locales, provinciales y regionales de otros países como Italia y la región de Sicilia con la cual se ha colaborado para el diseño de acciones conjuntas en el marco de los distintos Programas e Iniciativas Comunitarias.

Por otra parte, en lo que se refiere a la protección de la propiedad industrial y de certificación de la calidad, Francia es uno de los países europeos con la más amplia historia y tradición. Esto le ha permitido posicionarse en el mercado nacional e internacional con productos distintivos y de calidad, en la mayoría de los casos impregnados de cultura, de historia, de tradiciones, y de elementos territoriales como expresión de su diversidad y de su patrimonio cultural nacional.

El rasgo más importante que se debe señalar de este caso es que la dinámica de desarrollo territorial ha estado sustentada en tres elementos: un reconocimiento temprano de la importancia de la valorización de las particularidades territoriales como base de la competitividad territorial; el desarrollo de un marco de protección para los productos con un fuerte anclaje e identidad territorial; y finalmente, como rasgo fundamental, la existencia de una importante red de organismos certificadores que hacen posible la protección y la promoción de los productos y servicios con identidad.

Este último punto ha sido determinante para el éxito de la experiencia francesa. Particularmente se puede señalar el rol de la Agencia Francesa de Seguridad Sanitaria de los Alimentos (AFSSA), de la Comisión de Etiquetas de Calidad y Certificación de productos agrícolas y alimentarios (CNLC) y de otros organismos certificadores autorizados.

La conjugación de estos tres elementos ha permitido el reconocimiento de cerca de 37 apelaciones de origen controlado para los quesos producidos en las diferentes regiones del país y la existencia de una compleja diferenciación de vinos que comprende cuatro familias: los vinos de mesa, los

vinos de país, los vinos de calidad producidos en regiones delimitadas de Calidad Superior, y los vinos de calidad producidos en regiones delimitadas con Apelación de Origen Controlado.

A manera de ejemplo cabe citar el caso específico del Queso Camembert de Normandía. Su producción data de 1791 y aunque su Apelación de Origen Controlada fue decretada solo hasta 1983, desde 1909 ha sido defendido por el Sindicato de Fabricantes del Verdadero Camembert de Normandía (SVCN), organización que ha tenido por objetivo la reivindicación de la apelación Camembert y el estudio y la defensa de los intereses colectivos profesionales asociados con su producción. Además, este ha contado con el apoyo de IRQUA Normandía, organismo de promoción de los productos alimentarios normandos que busca desarrollar su potencial, ponerlos en valor y dotarlos de una imagen positiva para su competencia en el mercado internacional.

Gracias al temprano reconocimiento de las particularidades de este tipo de queso, así como a la protección, defensa y promoción de distintos organismos, hoy el Camembert de Normandía se ha convertido en uno de los principales símbolos y patrimonios de la gastronomía francesa. Actualmente, con la Apelación de Origen Controlada se ha logrado además de mantener su fabricación fiel a la receta original normanda y de definir las características fundamentales de este tipo de queso, las materias primas necesarias para su producción y la forma de su presentación, determinar los estándares de sanidad e higiene a los cuales debe obedecer su fabricación.

### **3. Valorización de la identidad territorial en estrategias de desarrollo territorial en América Latina**

En los últimos años los países de América Latina han buscado nuevas alternativas de desarrollo para lograr su crecimiento económico y para lograr su inserción en el mundo de la globalización. La mayoría ha encontrado en los procesos de desarrollo local y de la descentralización una oportunidad. Sin embargo, los objetivos perseguidos con estos así como los procedimientos utilizados para su concreción han sido variados en el continente.

En consecuencia, una lógica distinta a la europea explica las experiencias de desarrollo territorial rural en América Latina. Principalmente, en esta región las actividades en esta materia han sido en gran parte inducidas por la cooperación al desarrollo y en menor medida por la acción decidida de los gobiernos locales y nacionales. Además éstas se han caracterizado por ser muchas veces de tipo economicista (clusters, agencias, competitividad, etc.) y por estar principalmente fundamentadas en un manejo familiar (GALLICCHIO, 2004: 2).

En Perú, por ejemplo, la producción de quesos ha sido una práctica familiar tradicional que ha pasado de generación en generación, y la cual en los últimos años ha sido fortalecida gracias a la acción de ITDG- América Latina y las instituciones locales de ITINCI y SENATI, las cuales a partir de un diagnóstico del sector han reforzado la Asociación de Productores de Derivados Lácteos (APDL), su marca colectiva y la calidad y el origen de los productos de Cajamarca.

De esta manera, la experiencia de Cajamarca se constituye en un ejemplo característico de las iniciativas de desarrollo territorial rural en América Latina donde hay ausencia de iniciativa pública y donde el apoyo principal al desarrollo agroindustrial rural proviene de organismos no gubernamentales, universidades, organizaciones de productores y centros de investigación que se soportan y complementan con las actividades de una serie de organismos y entidades de carácter internacional, que a su vez desarrollan sus propias acciones en el marco de acuerdos regionales o subregionales o en asociación con las entidades gubernamentales nacionales (GALLICCHIO, 2004: 2).

La iniciativa para el apoyo al proceso de Cajamarca surgió en la ponencia presentada en la Jornada Hemisférica de PRODAR, en el marco del III Encuentro Nacional de Agroindustria Rural de Guatemala, realizado en el año 2001. Un rasgo destacable es que el trabajo se enfocó hacia la organización del sistema productivo local, lo que no solo mejoró la calidad de los productos al separar y especializar las funciones sino que esta organización tuvo una diversa funcionalidad, especialmente en el campo social. Los resultados de esta iniciativa se han reflejado no solo en mejores ingresos, más trabajo, mayor calidad de la leche sino también en mayor capacidad de negociación y mayor capital social al promover la confianza mutua entre los campesinos y el incremento de su capacidad para trabajar en equipo.

Por otra parte, en relación con el desarrollo de Denominaciones de Origen de productos con arraigo territorial en América Latina no son muchos los casos que se pueden mencionar. A nivel de la Comunidad Andina existen solamente nueve denominaciones de origen reconocidas, ocho a nivel nacional (el Maíz gigante del Cusco en Perú, el Ron de Venezuela, el Cacao de Chuao y el Cocuy pecayero de Venezuela, el Café de Colombia, el Singani y la Quinoa real de Bolivia) y una a nivel comunitario (el Pisco de Perú).<sup>12</sup>

De manera particular, en el caso del Cacao de Chuao en Venezuela, el proceso de desarrollo territorial alrededor de éste producto ha sido liderado principalmente por organismos privados sin ánimo de lucro presentes en la región. Fundamentalmente, ha sido la acción de la Fundación del Estado venezolano para promover el desarrollo y fortalecimiento del Sector Ciencia y Tecnología en el Estado Aragua -FUNDACITE Aragua- la que ha permitido la puesta en valor de este producto. FUNDACITE Aragua ha financiado, desde 1991, un programa de rescate de los cacaos criollos cultivados en la región así como investigaciones dirigidas a la multiplicación vegetativa, al mejoramiento genético, al incremento en productividad y rentabilidad en la zona, y al mejoramiento de las técnicas de procesamiento postcosecha con el objeto de proteger y potenciar las características que confieren calidad al cacao de Chuao. Así mismo, otras instituciones (CONICIT, FONCACAO, FONALAP, etc.) han desarrollado programas para fortalecer la genética y variedades del cacao criollo y otras para desarrollar una producción sustentable en el Parque Nacional (Fundación Tierra Viva).

Se debe señalar que los esfuerzos para valorizar las características del cacao de Chuao, se han obtenido resultados limitados si se tiene en cuenta que la producción de este producto no ha alcanzado niveles que permitan penetrar los mercados nacional e internacional.

Sin embargo, al igual que sucede en el resto de América Latina, la declaración de las Denominaciones de Origen no se ha enmarcado dentro de estrategias integrales que promuevan el desarrollo de mercados competitivos a través de la articulación de las políticas de desarrollo rural con las de turismo, industria y comercio de manera efectiva, por lo que su impacto real en las economías locales ha sido limitado.

#### **4. Políticas públicas para la valorización de la identidad territorial como base para el desarrollo territorial**

Para el análisis de la política pública que contribuya a la valorización de la identidad territorial como base del desarrollo territorial en Colombia, se observó el marco constitucional vigente así

---

<sup>12</sup> Notas de Prensa. Enero 2006. [www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)

como las normas de planeación del desarrollo, de distribución de competencias y recursos entre la nación y el territorio y de ordenamiento territorial que facilitan o podrían facilitar el desarrollo territorial rural a partir de la puesta en valor de los productos y servicios con identidad cultural.

#### **4.1. La política de desarrollo rural y empresarial en Colombia**

Es importante señalar que en Colombia la política general de desarrollo esta a cargo del nivel nacional y que la responsabilidad del desarrollo territorial recae en las entidades territoriales: municipios, distritos y departamentos.

Al respecto, las competencias del municipio (unidad básica de la organización político-administrativa) en el sector agropecuario y de desarrollo son: promover, participar y/o financiar proyectos de desarrollo del área rural; prestar, directa o indirectamente el servicio de asistencia técnica agropecuaria; promover mecanismos de asociación y de alianzas de pequeños y medianos productores; promover asociaciones y concertar alianzas estratégicas para apoyar el desarrollo empresarial e industrial del municipio y en general las actividades generadoras de empleo; promover la capacitación, apropiación tecnológica avanzada y asesoría empresarial.

Dichas competencias permitirían al municipio involucrarse en proyectos de desarrollo territorial a partir de la valorización de identidad. Sin embargo, los recursos disponibles para el cumplimiento de estas competencias son muy limitados. En efecto, los municipios colombianos no cuentan con suficientes recursos de libre destinación (recursos propios y de transferencias de la nación) para financiar este tipo de iniciativas. Por esta razón, muchas iniciativas locales carecen de un papel activo de parte de las autoridades locales. Adicionalmente, son pocos los municipios que recurren a la asociatividad con otros municipios como mecanismo de concertación de políticas y de unión de esfuerzos para adelantar proyectos de desarrollo territorial. Fundamentalmente, los municipios prestan el servicio de asistencia técnica agropecuaria mediante las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria –UMATA-.

En cuanto al desarrollo empresarial en sus jurisdicciones, los municipios en principio tienen la competencia de promover el desarrollo empresarial e industrial mediante el fomento de asociaciones y alianzas estratégicas. Sin embargo, y especialmente los municipios pequeños y medianos, no cuentan con recursos asignados a este sector por lo que son muy pocos los que ejercen acciones en esta competencia.

Por otro lado, los departamentos tienen también funciones en el tema del desarrollo rural. Sin embargo, estas funciones son más de intermediación y coordinación de actividades entre la nación y las entidades territoriales, por ejemplo, mediante el establecimiento del Comité Departamental de Desarrollo Rural así como de asistencia y apoyo a sus municipios. Más allá de disponer de recursos propios para apoyar proyectos para el desarrollo rural, los departamentos tienen la función de gestionar recursos con entidades nacionales y municipales para el sector. En cuanto al desarrollo empresarial, los departamentos tienen funciones de asesoría a los municipios, de promoción de la pequeña y mediana empresa, así como de los productos departamentales.

A pesar de que hay descentralización en el tema del desarrollo rural, la nación conserva competencias en el sector. Para este efecto, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural cuenta con programas como: el Programa de Apoyo Integral a Pequeños Productores de Economía Campesina - PAIPPEC -, el Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas, y el Proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Rural – PADEMÉR -, entre otros.

En general, las políticas e instrumentos de desarrollo rural en Colombia no están enfocadas hacia la valorización de la identidad territorial de los productos y servicios ofrecidos en las zonas rurales. Esto no significa que el marco institucional y normativo impida el desarrollo de dichas iniciativas. Existe más bien una falla desde el punto de vista institucional y financiero de las entidades territoriales y una falta de coherencia y articulación entre las acciones nacionales, departamentales y municipales para apoyar iniciativas locales de desarrollo territorial rural. Adicionalmente, el enfoque del desarrollo territorial rural a partir de productos y servicios con identidad territorial aún no ha sido explotado dentro de la formulación de políticas públicas en Colombia.

#### **4.2. Patrimonio cultural y promoción del turismo**

En Colombia la cultura actualmente es comprendida de manera amplia y renovada. Teniendo en cuenta la propuesta conceptual de la UNESCO, la Ley 397 de 1997 la definió como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias”. Esta definición más amplia ha implicado a la vez una concepción también amplia de los derechos culturales como un conjunto diverso que comprende, más que el derecho de toda persona a participar en la vida cultural y disfrutar de los beneficios del progreso científico, los derechos a: beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales resultantes de toda producción científica, literaria o artística; ser diferente; tener una identidad cultural y, en consecuencia un patrimonio cultural que sea reconocido, protegido y promovido.

En Colombia el patrimonio cultural se clasifica en intangible o inmaterial y tangible. Se consideran expresiones del patrimonio inmaterial las lenguas y expresiones orales, los conocimientos y prácticas sobre la naturaleza y el universo, los saberes culinarios, la medicina tradicional, la elaboración de objetos, instrumentos, vestuarios, construcciones y ornamentación corporal, las expresiones musicales y sonoras, las expresiones dancísticas, rituales, escénicas, ceremoniales, actos festivos, juegos y deportes, las formas tradicionales de organización social, jurídica y política, así como las manifestaciones y representaciones de la cultura popular. Sin embargo, son las relaciones que se articulan entre los seres humanos, los significados y los usos de estas expresiones y objetos lo que constituye las hace patrimonio cultural inmaterial. Mientras que el patrimonio material hace referencia a los bienes muebles e inmuebles que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico y antropológico así como a los productos de la cultura popular.

A partir de esta concepción renovada del patrimonio cultural, así como del entendimiento de las nuevas funciones que éste cumple en los Estados contemporáneos, se ha planteado la necesidad de situar el tema cultural en la base de los procesos de desarrollo territorial. Al respecto, dentro de las competencias de los municipios en el sector de la cultura, se encuentra la incorporación del patrimonio cultural al crecimiento económico del territorio. La planeación del desarrollo territorial que debe realizar cada municipio, mediante la formulación de los planes de ordenamiento territorial –POT-, debe incorporar la protección y defensa del patrimonio ecológico y cultural localizado en la jurisdicción de la entidad territorial. La inclusión del patrimonio cultural es uno de los ejes del ordenamiento territorial. Así mismo, la Ley General de Cultura establece que el desarrollo económico y social de la nación deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural.

Sin embargo, a partir del estudio de la política cultural y sus instrumentos, no es claro como en la práctica se debe articular el patrimonio cultural con el desarrollo económico y social. Una de las formas sería la de las estrategias de desarrollo territorial rural a partir de productos y servicios con

identidad cultural. Sin embargo, como se indicó en la sección anterior, dentro de las estrategias de desarrollo rural territorial es muy raro este tipo de enfoque. Como se verá en los estudios de caso, las experiencias colombianas han respondido más a iniciativas privadas que al trabajo de las autoridades locales, las cuales se han vinculado a los procesos de manera tardía.

Las iniciativas de desarrollo que hacen una más clara referencia a la vinculación del patrimonio cultural dentro de las estrategias de desarrollo territorial rural son aquellas dirigidas a la promoción del turismo rural a partir del aprovechamiento de la cultura y el paisaje locales. En los estudios de caso, veremos las experiencias de la Zona Cafetera y de Nuquí y Bahía Solano.

### **4.3. La protección de productos y servicios con identidad cultural**

Pese a que Colombia cuenta con un gran número de productos tradicionales vinculados a la cultura y característicos de determinadas regiones y territorios, éstos no cuentan aún con un reconocimiento jurídico. La Decisión Comunitaria Andina 486 del 2000 prevé la existencia de las denominadas indicaciones geográficas, a saber, las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia como mecanismos de protección asociados al origen geográfico de los productos. Hasta el momento en Colombia no se ha expedido ninguna denominación de origen a excepción de la expedición en el año 2005, de la resolución de protección de la denominación de origen de “Café de Colombia”.

La denominación de origen –DO- es definida como “una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos”<sup>13</sup>.

De esta manera, la DO tal y como esta planteada en Colombia serviría para distinguir la calidad especial, la reputación e imagen, y las características particulares, en cuanto a proceso de producción y materias primas, en función de las condiciones específicas del lugar donde es producido, tal y como sucede en los países europeos. Esto permitiría la diferenciación de los productos en el mercado nacional e internacional, otorgándoles mayor competitividad a partir de la imagen e identidad asociadas a una cierta calidad.

La Superintendencia de Industria y Comercio cuenta con una Delegatura para la Propiedad Industrial, como el organismo técnico que administra el Sistema de Propiedad Industrial, y cuya función principal es el registro de la Propiedad Industrial.

Es importante señalar que la DO cubre un producto o varios productos y que es solicitada por “las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen, así como las asociaciones de productores”<sup>14</sup>. Es importante resaltar que la iniciativa también puede provenir de las autoridades estatales, departamentales, provinciales o municipales cuando se trata de DO de sus respectivas jurisdicciones.

---

<sup>13</sup> República de Colombia, Superintendencia de Industria y Comercio.  
[http://www.sic.gov.co/propiedad/Signos\\_Distintivos/Denominacion/Que\\_es/Que\\_es.php](http://www.sic.gov.co/propiedad/Signos_Distintivos/Denominacion/Que_es/Que_es.php)

<sup>14</sup> República de Colombia, Superintendencia de Industria y Comercio  
[http://www.sic.gov.co/propiedad/Signos\\_Distintivos/Denominacion/Como/Inicia.php](http://www.sic.gov.co/propiedad/Signos_Distintivos/Denominacion/Como/Inicia.php)



Por otro lado, y de acuerdo con la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la indicación de procedencia es entendida como “un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado”. La indicación no constituye una garantía de calidad específica ni una referencia a un modo de producción como en el caso de la denominación de origen.

A pesar de la existencia de estos mecanismos, la idea de introducir dentro de las estrategias de desarrollo territorial rural el concepto de identidad y de una marca basada en dicha identidad, no ha sido tenida en cuenta. El tema no ha entrado dentro de la agenda de las entidades territoriales y las pocas iniciativas locales que se basan en la organización del sistema productivo local alrededor de una cadena productiva o un conjunto de productos, tampoco han recurrido a estos mecanismos.

Por otro lado, en Colombia aún no se ha desarrollado un sistema de organismos certificadores que evalúen las características de los productos, de manera que se garantice no sólo el origen del producto sino su calidad y su producción de acuerdo con métodos establecidos. De esta manera, el problema en Colombia ha sido de instrumentalización del marco normativo institucional disponible. Se puede decir que las condiciones están dadas para que los territorios rurales desarrollen su ventaja competitiva mediante la diferenciación y promoción de sus productos y servicios.

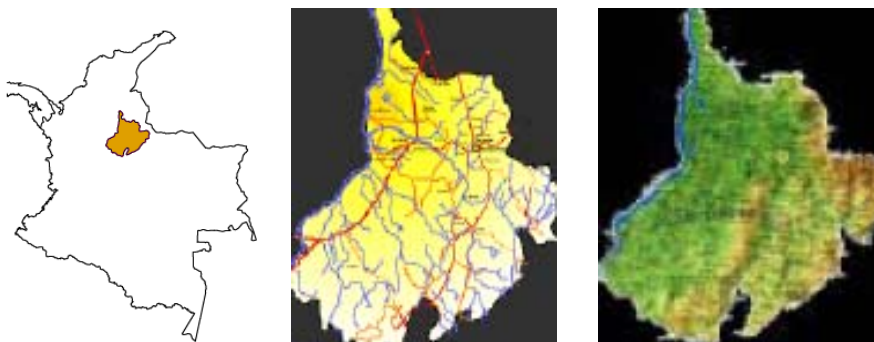
## **5. La valoración de la identidad territorial como base para el desarrollo territorial, experiencias en Colombia**

Una primera aproximación a las experiencias de valoración de la identidad cultural como base para el desarrollo territorial en Colombia permite distinguir dos dinámicas distintas. De una parte se encuentran las iniciativas gestadas a partir de ciertos productos que cuentan con un reconocimiento social por ser elaborados a partir de prácticas tradicionales y por ser expresión de una cultura ancestral de ciertas regiones del país, como es el caso del Bocado Veleño. De otra parte, se encuentran los desarrollos territoriales que se han dado fundamentalmente a partir de la explotación de recursos culturales y naturales en prácticas como el turismo cultural, el ecoturismo y el agroturismo, como es el caso del Eje Cafetero (fundamentalmente en el Quindío) y de San Gil (Santander) entre otros.

Teniendo en cuenta esta diferenciación, se ha decidido explorar casos representativos de estas dos tendencias con el objetivo de determinar, a partir de éstos, posibles tipologías para la definición de criterios sólidos para la selección de los estudios de caso y de métodos de investigación más adecuados para los mismos. Específicamente se observan las experiencias de la agroindustria del Bocado Veleño y del Agroturismo del Eje Cafetero. Cabe resaltar que ambas experiencias se han identificado como dinámicas de *difusión en el territorio de los procesos de generación de bienes y servicios con identidad*. Estas experiencias han dado paso a verdaderos complejos turístico-comerciales que incorporan múltiples actores.

A manera de propuesta, en la parte final se identificaron los casos de San Basilio de Palenque y de Nuquí y Bahía Solano como posibles laboratorios para el estudio del desarrollo territorial rural a partir de la identidad cultural. La gestión adecuada de su patrimonio cultural podría *generar transferencia de la identidad de su territorio a los bienes y servicios generados in situ y/o la articulación del territorio a mercados dinámicos a partir de bienes y servicios con identidad*, teniendo como consecuencia su desarrollo territorial.

## 5.1. La agroindustria del Bocado Veleño<sup>15</sup>



La provincia de Vélez hace parte del Departamento de Santander y comprende 18 municipios cuya población se distribuye alrededor de tres núcleos dinámicos: Barbosa, Puente Nacional y Vélez. Esta provincia se encuentra ubicada en la Hoya del río Suárez sobre la cordillera oriental andina colombiana a 250 km de Bogotá D.C., y ha sido reconocida por la producción del dulce de guayaba denominado bocado por lo que se le conoce a nivel nacional como “bocado veleño”. Junto con el bocado, otros productos derivados de la guayaba son también reconocidos.

El bocado puede definirse como “una pasta o conserva resultante de la mezcla de guayabas maduras y azúcar blanco, la cual mediante cocción logra una textura dura y un color rojo brillante.... presentado en forma de pequeños bloquitos con dos bandas delgadas de pasta clara (elaboradas con guayaba blanca) en los extremos y una banda gruesa central de pasta roja (elaborada con guayaba roja) empacados en una hoja de “bijao” (especie cultivada en la región) y posteriormente embalados en pequeñas cajas de madera, también producidas en la región.”

La producción de este dulce ha obedecido principalmente a técnicas heredadas de padres a hijos o aprendidas por los antiguos operarios de las fábricas artesanales de tipo familiar. Dichas técnicas consisten básicamente en “la selección *empírica* de la guayaba en un estado óptimo de madurez y de color, en la determinación de las proporciones adecuadas de pulpa de guayaba y del azúcar para lograr una buena textura y sabor, en el establecimiento del punto óptimo de cocción para lograr una adecuada textura y humedad del bocado, habilidad y destreza especial para empacar manualmente los bocadillos en hoja de ‘bijao’ entre otras.”

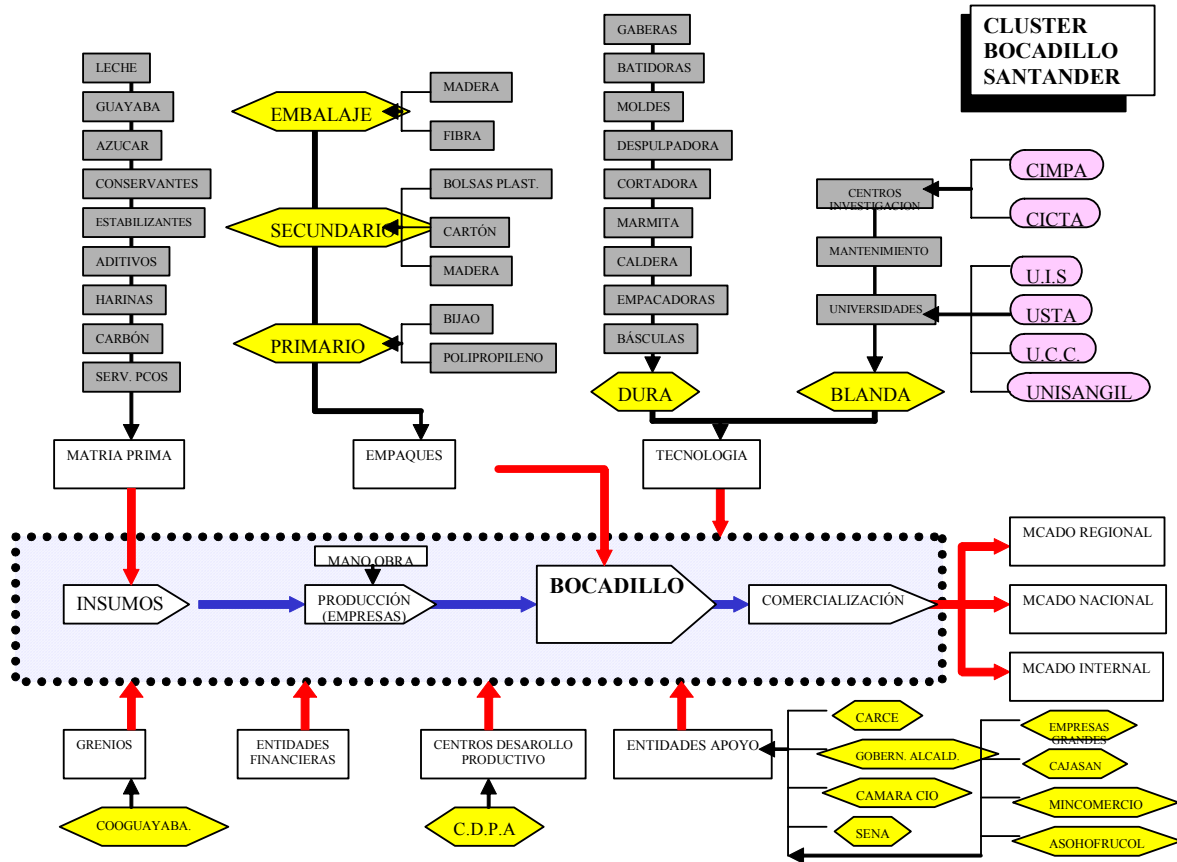
Se estima que actualmente existen alrededor de 180 fábricas de bocado que producen aproximadamente 200 toneladas diarias,<sup>16</sup> 33% en la zona rural y 66% en la zona urbana, las cuales generan cerca de 3500 empleos directos y 4000 indirectos.<sup>17</sup> El Cluster del bocado ha sido representado así por el Centro de Investigación para el Mejoramiento de la Industria Panelera que apoya las actividades productivas – CIMPA:-

---

<sup>15</sup> Imágenes tomadas de la presentación del Comité Asesor Regional de Comercio Exterior CARCE y el Centro de Desarrollo Productivo de Alimentos CDPA en el IV Encuentro nacional Emprendedores. CARCE Santander. 2003.

<sup>16</sup> CIMPA. IV Encuentro nacional Emprendedores. CARCE Santander. 2003.

<sup>17</sup> François Boucher. II Curso Internacional sobre la Promoción de la Agroempresa Rural para el Desarrollo Microregional Sostenible.



Como puede observarse, en este sistema son muchos los participantes. Se encuentran los cultivadores de guayaba, que son los pequeños agricultores de la región; los distribuidores de guayaba, intermediarios que generalmente provienen de otras regiones y en épocas de escasez de guayaba venden este insumo a las fábricas de bocadillo; los distribuidores e intermediarios del azúcar proveniente de otras regiones; los fabricantes de bocadillo, que como ya se señaló son principalmente empresarios familiares o microempresarios que producen y venden local y/o regionalmente este producto; los trabajadores, en gran parte operarios administrativos o de embalaje; los intermediarios y acopiadores regionales, que compran el bocadillo a fabricantes y lo distribuyen en poblaciones y ciudades cercanas a la región; los mayoristas, compradores del bocadillo con destino a las grandes ciudades como Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta y Medellín; los supermercados, también compradores del bocadillo para su venta en cadenas de almacenes principalmente de Bucaramanga, Tunja y Bogotá; los transportadores, que transportan el bocadillo desde la región a los mercados de consumo; y los proveedores de equipos y talleres que venden equipos para la producción de bocadillo y prestan servicios de mantenimiento.<sup>18</sup>

En los últimos años del total de empresas existentes en la región 25 se han asociado a la Agencia de Desarrollo Local de la Provincia de Vélez y su área de influencia y otras 25 están en procesos de asociarse. La ADEL VELEZ fue creada en el marco del programa PNUD-APPI con la participación del sector privado, social y público. El programa PNUD-APPI “Iniciativa de Promoción de Desarrollo Socioeconómico Local” en Colombia, ha promocionado este Pacto Territorial y ha

<sup>18</sup> RODRÍGUEZ-BORRAY Gonzalo. La Multifuncionalidad de los Sistemas Agroalimentarios Locales. Un análisis desde la perspectiva de tres casos en Colombia.

ofrecido asesoría especializada a las cadenas de la región, con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Desarrollo Empresarial y el Fondo APPI.

Sin embargo, la iniciativa ha sido de los mismos productores de la región los cuales, con el apoyo del CARCE y el CIMPA, desde julio de 2002 conformaron una Mesa de Competitividad y formularon un Plan Estratégico Exportador para desarrollar acciones encaminadas a implementar procesos que permitieran mejorar la calidad del bocadillo y mejorar las dinámicas de operación y de mercado a partir de dinámicas de construcción colectiva que contribuyan a la identidad del gremio así como de la aplicación de la metodología SIAL.<sup>19</sup>

La ADEL VELEZ cuenta con la participación activa de los diferentes actores y agentes de la región. Se han priorizado tres cadenas productivas estratégicas para el desarrollo de la provincia: Bocadillo, Panela y Turismo. Lo anterior teniendo en cuenta el reconocimiento del bocadillo con el territorio y su vinculación a un saber-hacer regional, la alta concentración de fábricas paneleras y la importancia de su articulación con la producción del bocadillo, y finalmente la identificación de muchos sitios en la región que por su historia, folclor, topografía, belleza, exhuberancia y autenticidad pueden ser de interés turístico cultural y natural.

Todos los socios de la ADEL VELEZ realizan aportes y deben comprometerse a la homologación de los métodos de producción y de estándares de calidad. Cabe resaltar que si bien los asociados siguen trabajando con su razón social y conservan mercados propios, éstos se comprometen a comercializar sus excedentes de producción a nuevos mercados a través de la ADEL VELEZ bajo la marca “Bocatello”. Sin embargo, para empresas como Carrefour venden la producción bajo la marca “Tierra de Colombia”, marca exclusiva Carrefour que busca rescatar las tradiciones gastronómicas y culturales del país.

Los resultados de esta iniciativa han sido positivos, por ejemplo se ha logrado que las distintas fábricas participantes, además de competir, cooperen especialmente para la compra de insumos y el acceso a mercados, lo cual ha generado a la vez disminución de costos de producción y de transacción o intermediación. Así mismo, se ha logrado una especialización en la producción del bocadillo: a partir de las cualidades que cada uno de los fabricantes se han creado cinco referencias comerciales de bocadillo tradicionales.

Al proceso se han vinculado entidades públicas y privadas del orden internacional, nacional, departamental y municipal, así como importantes centros de formación y de gestión del conocimiento que han prestado apoyo en las áreas de investigación y capacitación.<sup>20</sup> Finalmente, se

---

<sup>20</sup> El Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la tecnología – COLCIENCIAS

El Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA-

El Ministerio de Agricultura

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

La Asociación Nacional de Productores de Hortalizas y Frutas –ASOHOFRUCOL-

La Asociación de productores de guayaba y bocadillo de la región – COOGUAYABA-, a través de la cual los productores del bocadillo están comprando directamente el azúcar a un ingenio del Valle;

CORPOICA-CIMPA, que han desarrollado actividades de generación y transferencia de tecnología en el cultivo de guayaba y la elaboración de bocadillo;

Las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria – UMATAS- que prestan servicios de asistencia técnica a los productores de guayaba

La Caja de Compensación Familiar de Santander –CAJASAN-, que desarrolla programas de capacitación en gestión empresarial y de mercado;

pueden señalar también como aspectos positivos de esta experiencia la cultura y folklore desarrollados en torno a la producción del bocadillo, el desarrollo continuo de ferias donde se expone el producto, el posicionamiento de la zona como atractivo turístico y paisaje natural, y la intención de establecer un acuerdo regional de competitividad para establecer una integración con la agroindustria panelera de la región y sustituir gradualmente el uso del azúcar proveniente de los ingenios azucareros.

No obstante la importancia y el grado de desarrollo de esta experiencia, actualmente la región tiene por delante una serie de desafíos:

- La vinculación de los demás actores que hoy no participan del proceso
- La irregularidad de la oferta regional de guayaba y de sus precios
- La desregulación de las operaciones comerciales entre los distintos actores
- El alto costo del azúcar y la dependencia de la oferta de otras regiones
- Los contratos de venta de bocadillo con supermercados y cadenas de almacenes por productores de manera desarticulada y desregulada
- La utilización de equipos obsoletos con problemas de contaminación ambiental y seguridad industrial
- La insuficiente capacitación a productores y trabajadores
- El individualismo de los productores y su desconfianza hacia la conformación de asociaciones
- La ausencia de una denominación de origen para el bocadillo veleño por lo que es producido en otras regiones a veces bajo esa denominación
- La ausencia de sistemas de certificación de calidad del producto según técnicas y estándares regionales, con la consecuente imposición de condiciones de calidad y de precio por parte de los intermediarios
- La falta de una intervención más decidida del Ministerio de Agricultura y de Comercio Exterior en dos aspectos importantes: respecto al fortalecimiento del marco legal y en la búsqueda de mercados en el exterior.

---

La Universidad Autónoma de Bucaramanga

La Universidad Industrial de Santander

El Departamento de Santander

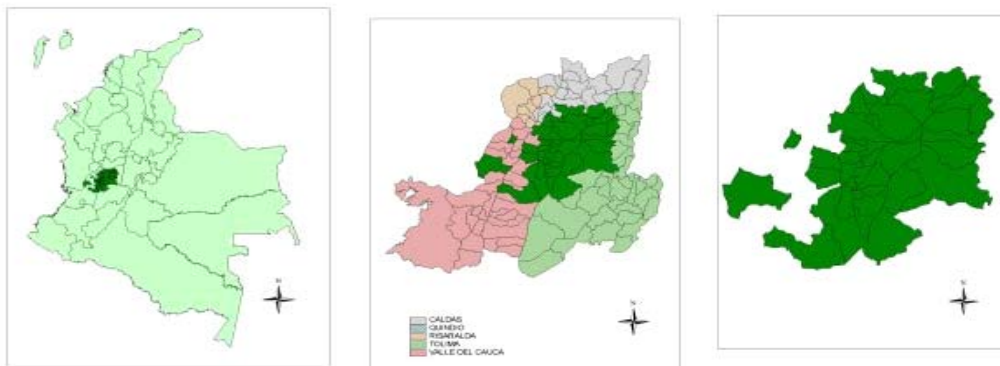
Los municipios que hacen parte de la Provincia de Vélez

La Cámara de Comercio de Bucaramanga

Algunos bancos regionales que se encargan de prestar servicios financieros.

La Cooperación Internacional a través de PNUD y el Fondo APPI

## 5.2. El agroturismo en el Eje Cafetero<sup>21</sup>



La región del Eje Cafetero está constituida por 25 municipios pertenecientes a los Departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, ubicados en el centro de Colombia y reconocidos porque allí se concentra la mayor cantidad de producción de café colombiano y por el desarrollo de una cultura tradicional ligada a dicha producción. El Eje Cafetero cuenta con una población aproximada de 3 millones de habitantes reconocida por su espíritu trabajador y emprendedor que le ha permitido gozar de indicadores socioeconómicos por encima del promedio nacional, inicialmente producto de la rentabilidad del negocio cafetero y más recientemente, por el desarrollo de otras actividades que les ha permitido diversificar su ingreso.

Debido a la crisis que en los últimos años ha tenido el sector cafetero así como al devastador terremoto que en enero de 1999 afectó la región, los habitantes de estos departamentos, en especial del Quindío, buscaron alternativas económicas distintas al café, encontrando en los recursos de su territorio una fuente de ingreso. En efecto la región cuenta con un importante patrimonio cultural, natural y gastronómico que ha sido explotado para generar una de las opciones turísticas más atractivas en Colombia: el agroturismo en las fincas cafeteras.

*Centenares de fincas han sido adaptadas para invitar a turistas y complacer a los aficionados a la ecología y del medio ambiente, como del descanso absoluto, y fueron miles las personas que aceptaron la invitación y visitaron la región cada semana. En la mayoría de los casos las fincas son atendidas por sus propietarios, maestros en el arte del hospedaje y la comilona, expertos anfitriones y magos de los frijoles, chicharrones, arepas y mazamoras. El encanto de las casonas está en el olor del café de las montañas que se funde con la madera; en el silencio de las nubes, interrumpido apenas por el canto de los pájaros; y en la excitante sensación de bienestar de poder compartir con sus queridos una buena taza de café. Desde cualquier ventana de cualquiera de estas fincas pueden apreciarse las diferentes tonalidades de verde de las montañas simétricamente sembradas. El aroma del café maduro se mezcla con el de los plátanos que comparten el espacio de la finca, y una que otra vaca y muchos animales domésticos que le dan la bienvenida al día en el Eje Cafetero<sup>22</sup>.*

La iniciativa fue los cafeteros y hoy cerca de 300 micro-empresarios del lugar (propietarios de empresas agrícolas, agroindustriales, restaurantes, almacenes de artesanías, cafés, sitios nocturnos, operadores turísticos, agencias de viajes, empresas transportadoras de turismo, asociaciones de guías, hoteleros, etc.) y alrededor de 300 propietarios de fincas participan de este proceso. Sin

<sup>21</sup> Imágenes tomadas de [www.minambiente.gov.co](http://www.minambiente.gov.co)

<sup>22</sup> Jorge Ramírez Vallejo. Agroturismo como Alternativa de Diversificación del Ingreso en el Eje Cafetero Colombiano.

embargo, también ha sido importante la participación de instituciones tanto gubernamentales como privadas.

Por ejemplo, el apoyo del Ministerio de Desarrollo Económico y la asistencia técnica de Cooperación Española DIT en la formulación del “Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural en el Eje Cafetero” de 1995 fueron fundamentales en el inicio del proceso. En la actualidad han sido también determinantes la definición del Eje Cafetero-agroturismo como uno de los doce clusters del Plan Colombiano de Competitividad Turística, la financiación del Fondo de Promoción Turística de Colombia y las capacitaciones realizadas por el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA –.

Así mismo, el trabajo que desde hace más de setenta años ha realizado la Federación Nacional de Cafeteros (FEDECAFE) ha fortalecido su proceso de desarrollo con sus contribuciones en infraestructura física y social que se han reflejado en mejora de las condiciones de vida de los habitantes de esta zona (acueductos, carreteras rurales, escuelas, electrificación, puestos de salud, e inversión en industrias claves no relacionadas con el café, el Parque del Café, entre otras). Finalmente ha sido fundamental para el desarrollo de los encadenamientos que han generado el desarrollo regional, el trabajo de la Secretaria de Turismo y Cultura de Quindío que ha impulsado el Programa ‘Alojamientos Rurales del Eje Cafetero’, el Programa ‘Clubes de Calidad’, como sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad coherente con la norma ISO 9000/2000, y el lanzamiento de la marca “Haciendas del Café” a nivel nacional e internacional.

El Quindío ha sido el departamento con mayor desarrollo del turismo rural. Sus fincas cuentan con una identidad arquitectónica bien definida, una infraestructura básica de buena calidad, y una identidad cultural particular vinculada a la actividad e historia cafetera. También este Departamento es el asiento de la Palma de Cera, el árbol nacional de Colombia y de tres parques temáticos como el Parque Nacional del Café, el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (PANACA), y el Parque Nacional de la Guadua que se complementan con un bosque nativo convertido en Jardín Botánico, el cual cuenta con un sorprendente mariposario, y el Centro Nacional para el estudio del Bambú-Guadua.

Estos parques se complementan con otras ofertas turísticas que ofrece la región como: el Parque de los Nevados - que reúne los nevados del Ruiz, Tolima y Santa Isabel-, la Laguna del Otun, el Valle de Cocora – reconocido por el la arquitectura y el paisaje del Municipio de Salento-, Marsella - municipio reconocido por su gestión ambiental y su reserva forestal-y, el zoológico de Pereira, que es el mas completo del país.

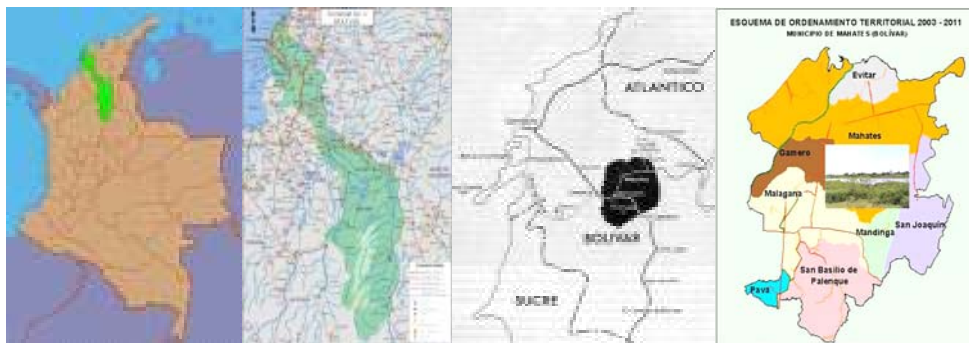
De esta manera, el agroturismo se ha consolidado en el Eje Cafetero como alternativa de desarrollo, convirtiéndose en el primer destino turístico rural de Colombia y Suramérica, con una oferta promedio de 600 alojamientos rurales y 500.000 turistas al año, lo cual ha generado alrededor de 1000 empleos directos y 4000 indirectos, la atracción de la inversión en la región, y el mejoramiento de la dotación de infraestructuras viales, de espacio y servicios públicos entre otros.

Así mismo es destacable la iniciativa del desarrollo de la marca “Haciendas del Café”, la existencia de 22 fincas agroturísticas certificadas en procesos de calidad y 40 en proceso de certificación, la iniciativa de declaración de su Paisaje Cultural como patrimonio de la humanidad ante la UNESCO y la puesta en valor de la cultura e identidad regionales. Sin embargo, todavía algunos de los prestadores de servicios turísticos no se integran al proceso y esto hace que éstos no se presten con buena calidad lo cual afecta la imagen de los departamentos.

### 5.3. Otras experiencias

Teniendo en cuenta que los valores patrimoniales como vinculantes sociales a un territorio y a una historia común tienden materializarse constituyendo en gran parte lo denominado patrimonio material o tangible, se exploran los casos de San Basilio de Palenque y Nuquí y Bahía Solano por considerarse dos escenarios potenciales donde se puede dar esta transformación en beneficio de su desarrollo territorial.

- **San Basilio de Palenque**<sup>23</sup>



#### Contexto

El Pueblo de San Basilio del Palenque se encuentra a una hora y media de Cartagena y cuenta con cerca de 7.000 habitantes que viven en casas de bahareque. El asentamiento tiene su origen en el siglo XVI cuando algunos esclavos se fugaron, se refugiaron en los palenques (lugares poblados por cimarrones o esclavos durante la colonia) de la costa norte de Colombia y obtuvieron posteriormente el reconocimiento de la Corona Española como pueblo autónomo. Este hecho, hace de esta comunidad el primer pueblo libre de América y único símbolo vivo de las luchas cimarronas por la emancipación de los esclavos por lo que se constituye en un valor excepcional en el patrimonio inmaterial no solo de Colombia sino de la humanidad. Adicionalmente se considera la comunidad de afrodescendientes de mayor significado histórico, lingüístico, sociológico y cultural para la diversidad étnica de la nación colombiana.

#### Identidad Cultural y Patrimonio

Las expresiones más importantes de su patrimonio cultural han sido constituidas en un largo proceso histórico y de configuración, anclado en el legado africano pero también en la incorporación de nuevos elementos propios de sus experiencias en América. Actualmente éstas definen modos de ser, pensar y de relacionarse de los palenqueros entre sí, y son principalmente:<sup>24</sup>

- *La Lengua Palenquera: Reliquia lingüística para el mundo y medio privilegiado de la riqueza oral y de la identidad de la comunidad... única lengua criolla de base léxica española que ha sobrevivido en América, lo cual le ha conferido el estatus especial de reliquia lingüística en el mundo en general. En el mundo sólo existe otra lengua criolla de estrato hispánico en las Filipinas. Además, el palenquero es la única lengua creole con una marcada influencia bantú hablada hoy por los descendientes de la diáspora africana en Colombia. Ningún otro pueblo afrocolombiano ha conservado hasta la actualidad una*

<sup>23</sup> Imágenes tomadas de: [www.igac.gov.co](http://www.igac.gov.co) , [www.invias.gov.co](http://www.invias.gov.co) , [www.lablaa.org](http://www.lablaa.org) , en.wikipedia.org

<sup>24</sup> [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co) y [www.eltiempo.com.co](http://www.eltiempo.com.co) Noviembre de 2005.



*lengua de esta naturaleza, lo que la hace una expresión inusitada de la diversidad cultural en el país. Esto lo hace un hecho lingüístico excepcional dentro del reconocimiento de la multiculturalidad de la nación colombiana. Ahora bien, la lengua palenquera es el medio privilegiado del desarrollo de la tradición oral que no sólo refiere a un rico repertorio de cuentos, relatos y mitos, sino que también se amalgama estrechamente con la particular categorización del mundo y la espiritualidad de los palenqueros. La lengua es expresión de la cultura palenquera y esta cultura se encuentra inscrita en la lengua como los dos lados de una misma moneda. Igualmente, la cohesión social y la identidad de los palenqueros han encontrado en su lengua el más importante mecanismo ya que a través de su conservación y uso se han definido como palenqueros.*

- *Los kuagro: Articulaciones de organización social bastante escasos en el mundo en general. África es el continente con mayor número de reportes etnográficos sobre la presencia de grupos de edad: “De una muestra etnográfica del mundo que incluye 547 culturas, solamente un cuatro por ciento tiene grupos de edad, y dieciséis de las veintitrés culturas que los tienen se encuentran en África”. Entre la literatura de la diáspora africana en el continente Americano, Palenque de San Basilio es el único caso reportado sobre la existencia y centralidad de los grupos de edad... A través del kuagro se tramitan temas de interés comunitario como nacimientos, noviazgos, casamientos y muertes, pero también se perpetúan valores como la honestidad, la solidaridad, la colectividad y en esencia se constituye como una unidad que teje en su conjunto a la sociedad palenquera: “Hoy los grupos de edad continúan animando las rutinas del trabajo agrícola, el cuidado del ganado y las vivencias de trances como el matrimonio y la muerte. Sus lazos aún sostienen los conjuntos o compuestos de casas y se proyectan en la dirección política del poblado, pese al proceso acelerado de cambio del presente siglo”*
- *El Lumbalú: Este hace parte del ritual fúnebre que sólo se presenta en Palenque, lo que lo constituye un patrimonio de cultura inmaterial de excepcional valor. La excepcionalidad del lumbalú también radica en que debe ser considerado “[...] como la última costumbre de profunda raigambre cultural Africana entre los pobladores cimarrones”... El lumbalú constituye uno de los ejes de la identidad palenquera, es referente de la tradición oral, y momento en el cual se congregan las redes familiares, los kuagro y los amigos reforzando el sentido de comunidad. Igualmente, en el lumbalú se evidencia el crucial lugar de la mujer y de las abuelas en los procedimientos rituales de elaboración colectiva del duelo.*
- *La medicina tradicional: La medicina tradicional, por su parte, constituye un complejo de saberes ancestrales que han conjugado de forma creativa el legado africano con tradiciones hispánicas e indígenas para el tratamiento de las enfermedades que no sólo suponen un detallado conocimiento y manejo de territorio palenquero, sino que también contiene concepciones y normatividades únicas sobre el cuerpo y comportamiento individual y colectivo. Debido a que la medicina tradicional es expresión de la cultura palenquera, de sus conocimientos y valores transmitidos de generación en generación, constituye un patrimonio intangible de excepcional valor. Además por su contacto con la vida y la muerte, es decir, en el momento de la muerte se presenta los ancestros o parientes a traer la muerte o la cura.*
- *La música: Dificilmente puede encontrarse otro espacio cultural de la diáspora africana en Colombia donde las expresiones musicales tengan Las expresiones musicales no sólo son de gran valor identitario y musical para la comunidad palenquera, sino que encuentran en Palenque el único lugar donde se la práctica (son palenquero, el bullerenge sentado, entre otras). Así como es el único sitio en el Caribe continental donde se toca con la marimbula y en el mundo donde se la toca con los dedos como se hacía antes en Cuba. En el campo musical, el espacio cultural de Palenque de San Basilio presenta una riqueza musical extraordinaria, siendo uno de los principales focos de diversidad musical del Caribe colombiano, donde además de cumplir con una función recreativa, fortalece la identidad cultural local y enriquece la memoria histórica de la comunidad. Géneros como el bullerengue sentado y el son palenquero son expresiones cotidianas de creación y recreación local, con artistas reconocidos regional y nacionalmente como Petrona Martínez y el Sexteto Tabalá entre otros. Así mismo existen instrumentos musicales de creación palenquera como el pechiche.*

- *Los Tambores: Son uno de los símbolos de Palenque. Sus antepasados africanos lo utilizaron para comunicarse y bailar en los días de fiestas. Los mejores tamboreros han salido de San Basilio. Los tambores suenan a la hora de venir al mundo y a la hora de despedirlo. Convocan a la unidad.*

### **Acciones desarrolladas**

Este patrimonio cultural fue recogido durante un año por toda la comunidad, bajo el liderazgo de un consejo de ancianos y la corporación que organiza el tradicional Festival de Tambores, en un documento de 144 páginas, un video de 10 minutos y varios anexos que sustentaron toda la cultura heredada de los ancestros palenqueros. Este se presentó en septiembre del 2005 ante la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Dos meses más tarde, es decir, en Noviembre del 2005 esta institución declaró al poblado como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad.

### **Problemática Actual: Desafíos para su desarrollo territorial**

Sin embargo, la permanencia de este patrimonio cultural está amenazada. La población del corregimiento de San Basilio de Palenque además de ser muchas veces objeto de discriminación racial, social y lingüística, fue víctima del conflicto armado interno que vive el país, principalmente porque se encuentra ubicada en las faldas de los Montes de María, escenario de disputa territorial entre grupos guerrilleros y paramilitares.

También es preocupante la escasa consolidación de los mecanismos de transmisión de algunas de sus prácticas culturales tradicionales, la desaparición de portadores de las tradiciones, y el débil sentido de pertenencia en algunos sectores, hasta el punto que algunos prohíben a sus hijos hablar lengua palenquera u otras manifestaciones de su cultura. En efecto, se ha presentado una tendencia a la deculturización, ya que su cultura ha sido penetrada por los sistemas de valores y prácticas culturales homogeneizantes de la sociedad contemporánea que les hacen creer su cultura como una manifestación de “atraso”. Esto en parte ha generado un debilitamiento de los mecanismos de autoridad, prestigio y sanción social basados en la normatividad local así como el agotamiento paulatino de los modelos locales de producción ante las transformaciones del mercado y la reducción del territorio productivo.

Se espera entonces que con la Declaración de la UNESCO se desarrollen dinámicas que permitan hacer frente a estas problemáticas, principalmente a través de la inversión en este territorio no solo por parte del Estado Colombiano sino también mediante la contribución del sector privado y de la cooperación internacional. Un primer paso lo constituye la ejecución de un plan de desarrollo que ya ha sido formulado por la misma comunidad pero éste debe ser fortalecido con la actuación conjunta de diversos sectores a través de una estrategia concertada de desarrollo territorial que aproveche y potencie esas condiciones específicas.

- Nuquí y Bahía Solano<sup>25</sup>



### Contexto

Los municipios de Nuquí y Bahía Solano se encuentran en el Departamento del Chocó, en el noroeste de Colombia sobre el Océano Pacífico cerca de la frontera con Panamá. Allí se puede llegar por vía aérea y marítima. Es la segunda región más lluviosa del mundo, sobre todo Coquí, comunidad del Municipio de Nuquí.

### Identidad Cultural y Patrimonio

Nuquí y Bahía Solano son habitados en su mayoría por comunidades afrodescendientes y en menor grado por comunidades indígenas. Dichas comunidades, basadas en prácticas culturales ancestrales, viven de la agricultura, la pesca, el aprovechamiento de la madera y otros productos de la selva.

Las mujeres cumplen un papel fundamental en su cultura, ellas mantienen la estructura familiar, son las trasmisoras de la herencia cultural y además son parte importante del sistema económico al trabajar en el comercio de alimentos, la recolección de la concha o piangua, y en hoteles y restaurantes nativos. Además, estas comunidades cuentan con autoridades propias (Consejos Comunitarios) que presiden las actividades de las comunidades nativas y que han estado vinculadas en los procesos de concertación participativos para el desarrollo de la región.

La región cuenta con una vegetación particular y una oferta ambiental inmensa. Su selva esta considerada como una de las de mayor riqueza y variedad ecológica del mundo. Entre sus atractivos se encuentran: el avistamiento de las ballenas jorobadas entre los meses de julio y finales de octubre de cada año; la temporada de aves migratorias y la temporada de tortugas golfinas de octubre a diciembre de cada año; el caudal de peces constante a lo largo del año con ejemplares de marlin, pez vela, dorado, sierra, walajo, bravo, pargo, albacora, banco de sardinas agallonas, mero, cabrilla, e infinidades de peces propios del arrecife fósil y los bancos de delfines presentes gracias a la corriente de Humboldt; así como la belleza paisajística singular de la región, las cascadas de Nabugá, Chadó y El Tigre, playas como El Almejal, Huina, playa Potes y Playita de las Flores; y el Parque Nacional Ensenada de Utría.

<sup>25</sup> Imágenes tomadas de: [www.tdg-pacifico.org](http://www.tdg-pacifico.org) y [www.confama.com](http://www.confama.com)

Finalmente, también se considera parte de su patrimonio cultural el desarrollo de alojamientos ecoturísticos y de una gastronomía de gran valor.

### **Acciones desarrolladas**

En esta región la presencia de las organizaciones ambientales del gobierno y de autoridades nacionales de turismo ha sido fuerte y las comunidades se han comprometido con el liderazgo de los procesos impulsados. Sin embargo, las administraciones locales han sido poco activas, generalmente son los cuadros técnicos vinculados temporalmente a éstas los que han jalonado los procesos.

En 1999 las autoridades nacionales promocionaron un taller sobre las metodologías de planificación turística para hacer un diagnóstico de la región y sus potencialidades y plantear un Plan ambiental turístico apropiado. Posteriormente se firmó un convenio de competitividad turística regional en el marco del cual se desarrolló una consultoría para definir estándares de calidad para alojamientos nativos interesados en vincularse a la prestación de servicios turísticos en los dos municipios. Esto despertó el interés de pequeños empresarios, pequeñas empresas de carácter unifamiliar, que empezaron a implantar cambios físicos en sus establecimientos y crearon la Asociación de Hoteleros Ecoturísticos de Nuquí y Bahía Solano que ha sido líder de todos los procesos, comprometiendo a las administraciones municipales y a los Consejos Comunitarios en esta dinámica. Particularmente, se vincularon los Consejos Comunitarios en procesos de concertación participativos como los encuentros de saberes. Recientemente, el gobierno nacional definió Medellín y la frontera con Panamá como uno de los doce clusters del Plan Colombiano de Competitividad Turística, lo cual potencia el desarrollo territorial de la región.

De otra parte, organizaciones privadas como la Fundación Natura también han trabajado en estos municipios con los objetivos de: *concertar e implementar los acuerdos de trabajo con las instituciones y organizaciones que intervienen en la actividad turística y el manejo del territorio, apoyar y fortalecer la formulación e implementación de sus planes de desarrollo turísticos, generar y actualizar la información de su actividad turística de manera participativa y diseñar indicadores útiles para la toma de decisiones locales y regionales, sensibilizar a actores locales y externos entorno al proceso local y al tema ecoturístico, continuar el fortalecimiento de actores que prestan el servicio ecoturístico en la región, y avanzar en la consolidación de la Reserva Natural como un centro modelo de gestión de recursos naturales basado en su potencial productivo, educativo y de investigación.*<sup>26</sup>

Estas diversas iniciativas han generado la consciencia y apropiación ambiental de nativos y residentes como eje central de su desarrollo, el trabajo consistente de organizaciones de la región, el impulso a la conservación de los recursos naturales así como de la cultura, el apoyo del gobierno nacional que ha adelantado la formulación de un proyecto para otorgar subsidios de vivienda para las mejoras básicas en los establecimientos, conservando su singular arquitectura, así como para mejorar la infraestructura de estos municipios.

### **Problemática Actual: Desafíos para su desarrollo territorial**

Los principales problemas de la región tienen que ver con la conectividad y comunicación y la todavía precaria infraestructura de servicios básicos han limitado su desarrollo. Sin embargo, el turismo se ve como una actividad económicamente importante que le puede aportar mucho a la región y potenciar su desarrollo económico.

---

<sup>26</sup> Proyecto Ecoturismo. Fundación Natura.

Es necesario generar procesos conjuntos de los actores de los distintos niveles para consolidar un modelo de ecoturismo que fortalezca el uso sostenible y conservación de los recursos naturales, y permita una distribución equitativa de los beneficios generados.

## **6. Conclusiones**

A partir de las experiencias europeas, se pueden identificar elementos conceptuales y de política para América Latina. En primer término, es necesario profundizar en la idea del desarrollo como un proceso territorializado, que se construye a partir de las potencialidades que en él se ofrecen.

Se puede concluir también que los Estados que cuenten con un modelo de descentralización avanzado ofrecen mejores condiciones para la identificación y promoción de iniciativas de desarrollo territorial rural a partir de la identidad cultural, dado que es el mismo territorio el responsable de su desarrollo. Igualmente, estas dinámicas se ven favorecidas por la adopción de un concepto amplio de cultura.

En este sentido las políticas que se formulan desde lo local responden de una manera más directa a las capacidades y necesidades de sus habitantes, a su cultura a su vocación productiva entre otras. No obstante el nivel central conserva la responsabilidad de generar políticas y una legislación acorde con esta realidad.

La experiencia europea ha mostrado que es necesario el acompañamiento del Estado en la promoción e implementación de las políticas tendientes a generar procesos de desarrollo territorial a partir de productos y/o servicios con identidad cultural. En este sentido, para que las dinámicas latinoamericanas sean puestas en valor se requieren políticas específicas además del establecimiento de un marco normativo e institucional que proteja y reivindique las iniciativas de los agentes locales.

En España, gracias a los programas comunitarios y estatales se han privilegiado proyectos que fomentan actividades de diversificación del turismo rural, de la artesanía y del sector agrario y afines, a través de la detección, movilización y puesta en valor de los recursos patrimoniales, culturales y naturales del ámbito rural.

En Francia, el proceso se ha apoyado en una avanzada reglamentación en materia de propiedad industrial, además de la implementación de rigurosos procedimientos de control de calidad y de importantes inversiones tanto nacionales como extranjeras en el sector agroalimentario, lo que ha permitido una permanente innovación tecnológica. De esta manera, la industria agroalimentaria ha encontrado en la calidad y en el desarrollo de signos distintivos la clave de su competitividad.

En América Latina las actividades que pueden promover un desarrollo territorial rural han sido en gran parte inducidas por organismos no gubernamentales, universidades, organizaciones de productores y centros de investigación que se soportan y complementan con las actividades de una serie de organismos y entidades de carácter internacional y en menor medida por la acción de los gobiernos locales y nacionales. Éstas se han caracterizado por ser muchas veces de tipo economicista (clusters, agencias, competitividad, etc.) y han sido principalmente fundamentadas en un manejo familiar (GALLICCHIO, 2004: 2)

En Cajamarca, Perú, la producción de quesos ha sido fortalecida gracias a la acción de ITDG-América Latina y las instituciones locales de ITINCI y SENATI, las cuales a partir de un diagnóstico del sector han reforzado la Asociación de Productores de Derivados Lácteos (APDL),

su marca colectiva y la calidad y el origen de los productos de Cajamarca. Cabe resaltar que esta iniciativa surgió en la ponencia presentada en la Jornada Hemisférica de PRODAR y en el III Encuentro Nacional de Agroindustria Rural de Guatemala, Antigua, Guatemala, realizado del 5 al 9 de noviembre del 2001.

Por otra parte, en Venezuela la iniciativa de desarrollo territorial alrededor del Cacao de Chuao se debe principalmente a que desde 1991 la Fundación del Estado venezolano para promover el desarrollo y fortalecimiento del Sector Ciencia y Tecnología en el Estado Aragua -FUNDACITE Aragua- ha financiado un programa de rescate de los cacaos criollos cultivados en la región, y de investigaciones dirigidas a la multiplicación vegetativa, al mejoramiento genético, al incremento en productividad y rentabilidad en la zona, y al mejoramiento de las técnicas de procesamiento postcosecha con el objeto de proteger y potenciar las características que confieren calidad al cacao de Chuao. Así mismo otras instituciones (CONICIT, FONCACAO, FONALAP, etc.) han desarrollado programas para fortalecer la genética y variedades del cacao criollo y otras para desarrollar una producción sustentable en el Parque Nacional (Fundación Tierra Viva).

Finalmente, la aproximación a algunas experiencias en Colombia permite observar dos dinámicas distintas. Para los casos de productos con identidad cultural que pueden servir al propósito de desarrollo territorial rural, como el bocadillo veleño, es posible concluir que las iniciativas han sido de los productores locales y promovidas en su mayoría por instituciones locales o con presencia en el territorio, sin ser parte de una política concreta del orden nacional o local. En este punto se debe señalar que el bocadillo veleño no fue incluido en el Plan Estratégico Exportador de la región.

De manera distinta han sido promovidas y apoyadas las iniciativas de desarrollo territorial rural a partir de servicios, como son los casos del turismo rural en el Eje Cafetero (fundamentalmente en el Quindío) y del ecoturismo en Nuquí y Bahía Solano. Estos proyectos si bien han surgido en el territorio hoy forman parte de planes y programas nacionales y han sido acompañados de manera directa por instituciones del nivel central. En el Eje Cafetero se inicio el proceso con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Económico y éste se ha fortalecido con su definición como cluster en el Plan Colombiano de Competitividad, con la financiación del Fondo de Promoción Turística de Colombia y con políticas como las de “Vive Colombia viaja por ella” que han impulsado caravanas turísticas e inversión en la región. Un proceso similar, pero incipiente, se ha visto en Nuquí y Bahía Solano donde han estado muy presentes las organizaciones ambientales nacionales que han procurado la inversión en esta región en subsidios para el mejoramiento de instalaciones y en obras de mejoramiento de la infraestructura local.

Estas experiencias deben servir de base al propósito de descubrir el potencial de San Basilio de Palenque como espacio cultural y generar transferencia de la identidad de su territorio a los bienes y servicios generados in situ y/o la articulación de su territorio a mercados dinámicos a partir de bienes y servicios con identidad. Estas experiencias han demostrado que al establecer alianzas intersectoriales se pueden desarrollar dinámicas territoriales importantes. Así mismo, en estos escenarios ha sido posible determinar la buena disposición de entidades del nivel central como CONCIENCIAS y el SENA, así como de agencias de Cooperación Internacional para promover dichas dinámicas.

Para el caso de Colombia, es importante señalar que si bien es cierto ha habido un gran avance en cuanto a la descentralización, el marco normativo frente a la creación de sinergias entre distintas entidades territoriales para generar estrategias de desarrollo local y su articulación con las políticas del nivel central es poco claro. Dicho marco no ha facilitado la asociación de municipios de acuerdo con las vocaciones productivas comunes, de manera que se establezcan acciones públicas conjuntas que acompañen los procesos económicos locales.

Se observa que pese a la existencia de disposiciones legales y de política que desde los sectores de la agricultura, la cultura, el turismo, el comercio y la propiedad industrial permiten pensar en procesos de desarrollo territorial rural a partir de elementos de identidad cultural, éste enfoque no ha sido suficientemente aplicado.

Adicionalmente, se debe señalar que en Colombia existen fuertes restricciones presupuestales para que las entidades territoriales inviertan en estrategias de desarrollo económico local, a diferencia de lo que sucede en España y Francia. En efecto, la mayoría de las entidades territoriales, especialmente en zonas rurales, cuentan con recursos propios muy débiles (dependen de los impuestos de industria y comercio y a la propiedad de inmuebles poco dinámicos en zonas rurales) y en este sentido dependen de las transferencias de recursos de la Nación. Sin embargo, estas transferencias son condicionadas en cuanto a su destinación (educación, salud, destinación general principalmente para servicios de acueducto y saneamiento básico). Por esta razón, a pesar de que en muchos territorios del país existe una identidad a explotar, falta una política nacional que organice y respalde el proceso.

Es fundamental reevaluar el concepto clásico de competitividad. Este debería repensarse en el sentido de generar productos de calidad y diferenciados territorial y culturalmente para conquistar los mercados nacionales e internacionales. Esto teniendo en cuenta que la relación entre identidad, calidad y competitividad es directa y definitiva para el éxito del desarrollo territorial rural, tal y como lo ha demostrado la experiencia francesa.

## 7. Reseña Bibliográfica

- ◆ ALBURQUERQUE Francisco. *Reflexiones sobre iniciativas de desarrollo local en Brasil, Argentina y Chile*. En [www.redel.cl](http://www.redel.cl)
- ◆ ALBURQUERQUE, Francisco. *Cambio Estructural, Globalización y Desarrollo Económico Local*. CEPAL/ILPES, Naciones Unidas Santiago de Chile.
- ◆ ALBURQUERQUE, Francisco. *Desarrollo Económico Local en Europa y América Latina*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, 1999.
- ◆ ALBURQUERQUE, Francisco. “Servicios empresariales y desarrollo económico local: una reseña temática” En: Conferencia Forjando un sector de servicios de desarrollo empresarial moderno y eficaz en América latina y el Caribe: (1999 mar. 3-5: Río de Janeiro, Brasil).
- ◆ ALBURQUERQUE, Francisco. LLORENS, Juan Luis. DEL CASTILLO, Jaime. Banco Interamericano de Desarrollo. *Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina*. Washington, D. C. Serie de informes de buenas prácticas del Departamento de Desarrollo Sostenible. Abril. 2002.
- ◆ ALBURQUERQUE, Francisco. *Identidad y Territorio*. Instituto de Economía y Geografía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Documento.
- ◆ AGHÓN, Gabriel; Francisco ALBURQUERQUE y Patricia CORTÉS (2001), *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo*, Santiago: CEPAL/GTZ
- ◆ AROCENA, José. *El desarrollo local como desafío contemporáneo*. CLAEH-Nueva Sociedad, Montevideo, 1995.
- ◆ AYRAL, Jean. *La industria agroalimentaria francesa*. <http://www.ambafrance-co.org>.
- ◆ BARREIRO, Fernando. *Desarrollo desde el territorio: a propósito del desarrollo local*. En <http://www.iigov.org>
- ◆ BOISIER, Sergio. *Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando ? Artículo publicado en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Editorial Homo Sapiens, Rosario, 2001.
- ◆ BOISIER, Sergio. *Un ensayo epistemológico y axiológico sobre gestión del desarrollo territorial: conocimiento y valores*. Santiago de Chile, 2005 En: <http://www.redelaldia.org/IMG/pdf/boisier.pdf>
- ◆ CAMINOTTI, Mariana. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Reseña publicada en la Revista Política y Gestión. N° 3. Septiembre de 2002 (Pág. 141-147).
- ◆ CANZANELLI Giancarlo, (2004) *Valorización del potencial endógeno, competitividad territorial y lucha contra la pobreza*. Paper 1. CIRCLE. Napoli.
- ◆ CEPAL (2002). *Globalización y desarrollo*, Santiago de Chile, publicación de las naciones Unidas
- ◆ COTORRUELO MENTA, Romeo. *Aspectos estratégicos del desarrollo local*. Artículo publicado en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), *Transformaciones globales, instituciones y Políticas de desarrollo local*. Editorial Homo Sapiens, Rosario, 2001.
- ◆ ENRÍQUEZ, Alberto. “*Desarrollo Local: hacia una nueva forma de desarrollo nacional y centroamericano*”. Alternativas para el Desarrollo No. 80. FUNDE. San Salvador, El Salvador. Diciembre 2003.
- ◆ ENRÍQUEZ, Alberto y GALLICCHIO, Enrique. “*Gobernanza y Desarrollo Local*”. Documento presentado en la Escuela de Verano MOST-UNESCO, organizado por CLAEH y Universidad Católica del Uruguay. Punta del Este. Uruguay. Octubre. 2003.



- ◆ GALLICCHIO, Enrique y Lucy Winchester. *Territorio local y desarrollo. Experiencias en Chile y Uruguay*. Santiago de Chile, 2003.
- ◆ GALLICCHIO, Enrique. *El desarrollo económico local en América latina. ¿Estrategia económica o de construcción de capital social?* Programa de Desarrollo Local – CLAEH. Uruguay. Seminario 2004.
- ◆ GALLICCHIO, Enrique. El desarrollo local: cómo combinar gobernabilidad, desarrollo económico y Capital social en el territorio. Director del Programa de Desarrollo Local del Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Uruguay. Cuadernos del CLAEH N. 89, Montevideo. Enero. 2005.
- ◆ LLISTERI, Juan José. Competitividad y desarrollo económico local. Nuevas oportunidades operativas. Documento de Discusión. Banco Interamericano de Desarrollo. Marzo. 2000.
- ◆ MARSIGLIA, Javier y Pintos, Graciela. *El desarrollo local como desafío metodológico. En Desarrollo Local en la Globalización*. CLAEH. 1999. Montevideo, Uruguay. 24
- ◆ PNUD-ILO-UNOPS-Cooperazione Italiana, (2002) *Las Agencias de desarrollo Económico Local*, Roma, La Pirámide.
- ◆ REVISTA DE LA CEPAL. *Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina*. Abril. 2005.
- ◆ REVISTA DE LA CEPAL. *Descentralización, transferencias: territoriales y desarrollo local*. Agosto. 2005.
- ◆ REVISTA DE LA CEPAL. *¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?* Agosto. 2005.
- ◆ SOUZA FILHO, Jorge Renato de. *Desenvolvimento Regional Endógeno, Capital Social e Cooperação*, PPGA/UFRGS, jrsouza@adm.ufrgs.br
- ◆ VÁZQUEZ BARQUERO, Antonio. (1993). *Política económica local*. Madrid, Ed. Pirámide. Comentario.
- ◆ VÁZQUEZ BARQUERO, Antonio. *Desarrollo endógeno y Globalización*. Universidad Autónoma de Madrid. Artículo publicado en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.) Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens. Rosário. 2001.
- ◆ VÁZQUEZ BARQUERO, Antonio. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona, Ed. Antoni Bosch.
- ◆ WINCHESTER Lucy. *Reflexiones sobre una propuesta para el desarrollo local en Chile*. SUR Corporación de Estudios Sociales y Educación S/F. En: [www.desarrollolocal.org](http://www.desarrollolocal.org).
- ◆ PALLARES VILLEGAS Zoilo, (2000) *Asociatividad Empresarial, estrategia para la competitividad*, Bogotá, Fondo editorial Nueva Empresa

#### Marco conceptual y teórico en Colombia y de estudios de caso

- ◆ ANUARIO. Turismo y Sociedad. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Volumen V. N° 2. Octubre de 2003.
- ◆ INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA – IICA-. Misión rural, una perspectiva regional. Misión Rural Volumen 9. Tercer Mundo Editores. 1998.
- ◆ CAMPO MARQUINA, J. "Venezuela se olvida del cacao" en Observatorio de la Economía Latinoamericana Número 46. 2005.
- ◆ CENTRO ANDINO DE CONSULTORES LTDA. *La Agroindustria Rural en América Latina*. Bogotá. 1989.

- ◆ CEPAL. *Descentralización y desarrollo económico local una visión general del caso de Colombia*. PROYECTO CEPAL/GTZ “Desarrollo económico local y descentralización en América latina”. Santiago, Chile, 2000.
- ◆ MALDONADO, Alberto. *Descentralización y desarrollo económico local: Una visión general del caso de Colombia*. CEPAL. Santiago de Chile. Febrero. 2000.
- ◆ AUTORES VARIOS. Universidad Nacional de Colombia. Red de desarrollo rural y seguridad alimentaria. *Territorios y sistemas agroalimentarios locales*. UNIBIBLOS. 2004.
- ◆ CASTELLETTI Osvaldo y Giancarlo Canzanelli, (2005) *Estrategias e instrumentos para el desarrollo local en la era de la globalización*, en Sinergias para el Desarrollo Local: responsabilidad social y asociatividad, Revista Observatorio de Políticas Públicas, Ejecución y Resultados de la Administración Pública –OPERA-, volumen 5, No 5, abril de 2005.
- ◆ REVISTA LEISA. Vol. 20, Núm. 3, Diciembre 2004, Manejando la poscosecha. Sonia Pezo y Daniel Rodríguez. ITDG – Oficina Regional para América Latina.
- ◆ RODRÍGUEZ-BORRAY Gonzalo. La Multifuncionalidad de los Sistemas Agroalimentarios Locales. Un análisis desde la perspectiva de tres casos en Colombia
- ◆ ROJAS PINILLA, Humberto. *¿El Turismo Rural alternativa de Desarrollo?* Facultad de Estudios Ambientales y Rurales. PUJ. Bogotá. 2005.
- ◆ VARGAS, Jennyffer. *Revisión del marco conceptual y de política pública de los derechos y deberes culturales*. Proyecto “Consultoría especializada para el fortalecimiento de los programas de promoción de los derechos humanos y deberes conexos adelantados por la Personería de Bogotá. Marzo 2005.
- ◆ SOTO David, *La descentralización en Colombia: centralismo o autonomía*, en Reformas y Políticas en América Latina, Revista Observatorio de Políticas Públicas, Ejecución y Resultados de la Administración Pública –OPERA-, volumen 3 , No 3, 2004.
- ◆ UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA – MINISTERIO DE CULTURA. Diagnóstico de la Política Pública del Patrimonio Cultural Mueble en Colombia. Convenio de Cooperación. 2004.
- ◆ <http://paris.apca.chambagri.fr/repeco/data/agrifra/eagrifr.pdf>
- ◆ [http://objectifbrevet.free.fr/geographie/geo\\_2\\_3.htm](http://objectifbrevet.free.fr/geographie/geo_2_3.htm)
- ◆ [http://www.quintodia.com.ve/archivos/360/edicion/index.php?dir=secciones&pag=pais\\_7](http://www.quintodia.com.ve/archivos/360/edicion/index.php?dir=secciones&pag=pais_7)
- ◆ <http://www.quindioturismo.com/assets/turismorural/presentacion.htm>
- ◆ Observación de los trabajos académicos realizados por distintas entidades universitarias del país, ya sea de manera independiente o en asocio con organismos gubernamentales u organismos internacionales de cooperación.
- ◆ Artículos que sobre el tema han sido publicados en periódicos y revistas del país.
- ◆ Entrevistas a personas directamente involucradas en las iniciativas y su desarrollo
- ◆ Documentos de trabajo que sobre estos temas han elaborado los actores e instituciones involucrados.