

1. INTRODUCCIÓN	5
2. PALABRAS CLAVE	6
RESUMEN	6
3. UBICACIÓN EN EL CONTEXTO	9
4. DESDE EL CONTEXTO.	10
5.1 INFOGRAFÍA CARACTERIZACIÓN AGRICULTORES NATIVOS	10
5. LA RESERVA Y LA OFERTA TURÍSTICA	13
6.1 CONSTRUCCIÓN DE CONCEPTOS DE ANÁLISIS Y EVALUACIÓN EN CAMPO.	13
6.2 DE LAS CATEGORÍAS Y VARIABLES	20
- <i>Acciones intersectoriales de desarrollo regional:</i>	20
- <i>Objetivos colectivos de sustentabilidad:</i>	20
- <i>Gestión cultural de conocimiento ancestral:</i>	20
- <i>Red de compromiso social:</i>	21
- <i>Poblador nativo líder:</i>	21
6.3 INICIATIVAS LOCALES	21
6.4 VARIABLES	22
- <i>Gestión cultural de desarrollo sustentable:</i>	22
- <i>Red de compromiso con el residente isleño y ecosistema:</i>	22
- <i>Objetivos intersectoriales de identidad regional :</i>	22
6. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA	23
● <i>Mercado todo incluido:</i>	23
● <i>Mercado de playa:</i>	24
● <i>Mercado ecológico:</i>	24
● <i>Mercado por voluntariado:</i>	24
7. PROPUESTA	25
8.1 PROBLEMÁTICAS	27
• <i>Conocimiento ancestral y la traducción intercultural:</i>	27
• <i>Sobrecarga de residuos en el relleno sanitario local:</i>	27
8.2 PREGUNTAS	28
8.3 HIPÓTESIS	28
8.4 OBJETIVO GENERAL:	28
8.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	29
8.6 OBJETIVO COLECTIVO:	29
8.7 GUARDIANES DE LA BIODIVERSIDAD:	29
<i>Barry:</i>	30
<i>Lizzy:</i>	30
8.8 EVIDENCIAS:	31
8.9 CRITERIOS DE EVALUACIÓN	31
8.10 MARCA:	32
8.11 EXPERIENCIA:	32
8.12 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:	32

8.13 OPORTUNIDAD DE DISEÑO:.....	33
8.14 ACTORES INVOLUCRADOS:	33
8.15 SOCIOS POTENCIALES:	33
● <i>Territorio:</i>	34
● <i>Área de impacto y tipo de innovación:</i>	34
8.16 ETAPAS.....	34
<i>Recolección y separación:</i>	34
ETAPA DE TRANSFORMACIÓN	35
● <i>Residuos orgánicos:</i>	35
● <i>Residuos sólidos:</i>	35
● <i>Talleres:</i>	35
● <i>Reutilización papel y creación de empaques:</i>	36
8.17 GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA:	36
● <i>Sistema riego, sistema de recolección y sistema de rieles de cultivo:</i>	36
8.18 CULTIVO VISITABLE.....	37
8.19 DESARROLLO DE PRODUCTO Y COMERCIALIZACIÓN.....	37
● <i>Recursos:</i>	38
8. CATEGORIZACIÓN POR ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS EN LA EXPERIENCIA TURÍSTICA	40
9.1 CATEGORÍA POR TIPO DE ACTIVIDAD.....	40
9.2 DE MERCADO Y PROMOCIÓN DE LA EXPERIENCIA	40
<i>Cleimerson:</i>	40
<i>Islandventure:</i>	41
<i>Pasaporte:</i>	41
<i>Kit bienvenida:</i>	41
9.3 DE APRENDIZAJE, PARA EL CUIDADO Y PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO:	42
<i>Separación (etapa)</i>	42
<i>Compost move (etapa)</i>	43
<i>Creative cradle to cradle (Taller transformación)</i>	43
<i>Reutilización papel (etapa)</i>	44
<i>Hands in plants (Cultivo)</i>	44
<i>Tasting medicinal infusions</i>	44
9.4 DE COMERCIO.....	45
<i>Comercialización de productos:</i>	45
<i>Servicios externos:</i>	45
<i>Eco hospedaje green land:</i>	46
9.5 CATEGORIZACIÓN DISEÑABLES POR ETAPA.....	46
<i>Elección de determinados:</i>	46
DE PROMOCIÓN Y MERCADEO.....	47
<i>Tabla de recolección (Cleimersion)</i>	47
<i>Pasaporte</i>	47
9.6 PARA ACTIVIDADES LÚDICAS.....	48
<i>Compostera de movimiento (Compost move)</i>	48
9.7 MODELOS FINALIZADOS	49

9.7.1	Tabla de recolección (Cleinmersion)	49
8.7.2.	Módulos de cultivo propios (Hands in plants)	51
8.7.3.	Deshidratador de hierbas (Tasting infusions)	52
9.8	DE ISLANDER'S GARDEN MARCA	54
	Productos islander's	55
9.8.1.	Línea de especias sabor isleño	56
9.8.2.	Línea de infusiones medicinales islander's garden	57
9.8.3.	Línea de encurtidos	58
9.8.4.	Productos de recuerdo	58
9.	MODELOS DE INTERACCIÓN PEDAGÓGICA	59
	LÚDICA EN EL APRENDIZAJE PATRIMONIAL	59
10.	GESTIÓN EL PROYECTO	59
	RELEVANCIA PARA LA PRÁCTICA DEL DISEÑO INDUSTRIAL TADEÍSTA	59
11.1	COMO LLEGAR A LA CONTINUIDAD	60
11.2	ACCESO	60
11.3	MODELO DE INTERCAMBIO	61
11.4	FINANCIACIÓN	61
11.5	SISTEMA DE INTERCAMBIO	61
11.6	MERCADEO Y PROMOCIÓN	61
11.	VITA	62
	Daniel Francisco Ramírez	62
	Margarita María Zuluaga	62
13.	ANEXOS	62
14.	REFERENCIAS	68