

**PROPUESTA DE REDISEÑO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO Y DE
INFRAESTRUCTURA FÍSICA DE DOS GRANJAS AGROTURISTICAS EN EL
MUNICIPIO DE EL PEÑOL**

MANUEL GUSTAVO RODAS GONZÁLEZ

GABRIEL TRUJILLO VÉLEZ

ASESOR: JORGE ARBEY TORO OCAMPO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

MARINILLA

2009

CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1 PROBLEMÁTICA	9
1.2 PROBLEMA	35
1.3 CAUSAS	35
1.3.1 Inadecuada infraestructura turística de la región	35
1.3.2 Inadecuado aprovechamiento de los recursos de la zona y bajas productividades del sector primario	35
1.3.3 Poca generación de valor agregado en los productos del sector primario	35
1.3.4 Deficiente capacidad asociativa de la población	35
1.4 Efectos	36
2. MARCO TEORICO	38
2.1 IDENTIFICACIÓN DE FASES	39
2.1.1 Fase diagnóstica e identificación de productos turísticos	40
2.2.2 Fase propositiva	42
3 PRODUCTOS ESPERADOS	52
3.1 PRODUCTO FINAL ESPERADO	52
3.2 CARACTERÍSTICAS GRANJAS	53
3.2.1 Granja San José de Cotelengo	53
3.2.2 Granja Horizontes	60
4. JUSTIFICACIÓN	62
4.1 EXPOSICIÓN DE MOTIVOS	62
4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	64
4.2.1. Generalidades de la Subregión del Oriente Antioqueño	64
4.2.2. Generalidades del Municipio de El Peñol	87
5. OBJETIVOS	93
5.1 OBJETIVO GENERAL	93
5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	93

6. METODOLOGÍA	94
6.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD	94
6.2 OBJETIVOS	94
6.3 BENEFICIOS DEL PROYECTO	95
6.4 ACTIVIDADES	96
6.5 ALTERNATIVAS	96
6.5.1 Análisis de alternativas	96
6.5.2 Selección	96
6.6 PLAN DE OPERACIONES	97
6.7 POBLACION OBJETIVO	98
6.8 METAS DEL PROYECTO	98
6.9 ACTIVIDADES	98
6.10. EJECUCION	99
7. ANALISIS DE VIABILIDAD	103
7.1 ESTUDIO TÉCNICO	103
7.1.1 Granjas	105
7.2 ESTUDIO DE GESTIÓN	106
7.3 ESTUDIO ECONÓMICO	107
7.4 ESTUDIO POLÍTICO	108
7.5 ESTUDIO LEGAL	111
7.6 VIABILIDAD AMBIENTAL	111
7.7 ESTUDIO DE MERCADO	112
7.7.1 Características de los turistas	112
7.7.2 Población de Referencia	114
7.8 PLAN DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	115
7.8.1 Población	115
7.8.2 Socialización y divulgación	118
7.8.3 Ventaja competitiva del Proyecto dentro del mercado	119
7.8.4 Requerimientos de Infraestructura	120
7.8.5 Estudio de demanda	121
7.9 Análisis	122
7.9.1 Análisis Histórico	122

7.9.2 Análisis de la Situación Vigente	123
7.9.3 Análisis de la Situación Proyectada	124
7.9.4 Plan de Ventas	126
7.10 ESTUDIOS FINANCIEROS	127
7.11 COMPONENTES DE ACTIVIDADES PLANTEADAS PARA EJECUTAR EL PROYECTO	127
7.11.1 Resultados	127
7.11.2 Indicadores	129
7.11.3 Servicios y sistemas productivos a establecer en cada granja	130
7.12 COFINANCIACIÓN	132
7.13 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	135
7.14 TAREAS	136
8. CONCLUSIONES	137
BIBLIOGRAFÍA	141

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Matriz clasificatoria de Unidades turísticas	33
Figura 2. Fase diagnóstica e identificación de productos turísticos	40
Figura 3. Fase propositiva	42
Figura 4. Sistema Turístico	45
Figura 5. Componentes del sistema turístico	46
Figura 6. Producto Turístico	48
Figura 7. Imagen de convenciones del diagrama de cluster	49
Figura 8. Lombricultivo	54
Figura 9. Marquesina secado semillas y aromáticas	54
Figura 10. Corrales	55
Figura 11. Galpón	55
Figura 12. Comedor	56
Figura 13. Salón al aire libre	56
Figura 14. Porquerizas	57
Figura 15. Corraleja	57
Figura 16. Marquesina y Secadero	58
Figura 17. Jaulas para conejos	58
Figura 18. Galpón pollos de engorde	59
Figura 19. Huerta en recipientes plásticos	59
Figura 20. Plantas Medicinales	60
Figura 21. Encadenamiento turístico actual del Oriente Antioqueño	84
Figura 22. Estudios de viabilidad	103

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Análisis debilidades y oportunidades municipios zona de embalses	12
Tabla 2. Análisis fortalezas y amenazas municipios zona de embalses	22
Tabla 3. Áreas protegidas de la corporación ambiental “Cornare”	74
Tabla 4. Bienes declarados de interés cultural de carácter nacional - monumento en el oriente antioqueño	76
Tabla 5. Potencialidades Embalses o Aguas	78
Tabla 6. Potencialidades Páramo	81
Tabla 7. Capacidad de alojamiento y alimentación del Oriente Antioqueño por microrregiones	83
Tabla 8. Productividad población	94
Tabla 9. Sociedades mercantiles	99
Tabla 10. Cronograma de actividades propuesto	101
Tabla 11. Resultado 01	128
Tabla 12. Resultado 02	129
Tabla 13. Resultado 03	129
Tabla 14. META 01	130
Tabla 15. META 02	130
Tabla 16. META 03	130
Tabla 17. Granja San José de Cotelengo (2,4 hectáreas)	131
Tabla 18. Granja Horizontes	132
Tabla 19. Cofinanciación	133
Tabla 20. Cronograma de actividades	135
Tabla 21. Tareas	136

LISTA DE MAPAS

Mapa 1. Caracterización de la subregión Oriente Antioqueño	65
Mapa 2. Localización de corredores para restauración.	67
Mapa 3. Usos actuales del suelo, Oriente Antioqueño	69
Mapa 4. Vías del oriente antioqueño	70
Mapa 5. Usos potenciales del suelo. Oriente Antioqueño	73
Mapa 6. Localización municipio de El Peñol	87
Mapa 7. Límites municipio El Peñol	89

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Análisis de involucrados

ANEXO B. Presupuesto gastos e ingresos

ANEXO C. Fotografías Municipio El Peñol

ANEXO D. Proyecto Coredi

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 PROBLEMÁTICA

La Ley 300 de 1996 define el ecoturismo como "... aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de la conservación de la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas".

La misma Ley 300, define el agroturismo como aquel "... tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural."

El turismo es una actividad social, económica y espacial (desde la fisiografía y la geografía que conforman el paisaje) que se convierte en un atractivo al combinarse con la cultura de un grupo poblacional humano e implica reconocer significados y relaciones de movilidad, cultura religiosa, historia y generan un flujo y sinergias entre ellas. La actividad turística contemporánea, permite visualizar y comprender múltiples oportunidades y potencialidades en territorios que aparentemente están condenados al atraso y a la pobreza; así lo expresa en sus últimas cartas y comunicados académicos OMT (Organización Mundial

del Turismo), cuando dice: "El turismo una alternativa a la paz y a la pobreza; un servicio ambiental para la sostenibilidad y conservación de los entornos naturales vitales, una propuesta para dar valor de uso de la memoria e identidad cultural de los pueblos y una construcción social desde la participación y empoderamiento de las comunidades en la búsqueda de nuevas alternativas de futuro en su desarrollo".

Si se recogen estos elementos generales del turismo del siglo XXI, desde las perspectivas y condiciones del territorios, se pueden gestar alternativas como modelos de desarrollo modernos, que dinamicen el sector productivo primario quien tiene enormes limitaciones como modelo económico y que agudiza cada día las condiciones de miseria y fragmentación social y territorial.

Las principales actividades del agroturismo son: Dar alojamiento a los turistas en fincas productivas o en las casas de un pueblo cuya economía se centra en la agricultura o afines; suministrar alimentos y bebidas (jugos, refrescos, dulces, comida típica, entre otros.) para el consumo de los visitantes, elaborados preferiblemente con productos propios de la finca, la vereda o la región, conforme a las recetas de la gastronomía local y familiar; organizar actividades recreativas o culturales, centradas en las tareas productivas del campo y en los modos de recreación de la comunidad rural.

Por lo tanto, el agroturismo se entiende como una actividad legítima de la familia rural o de un agro empresario, que reafirma sus valores, tradiciones y creencias, generando al mismo tiempo un ingreso económico y una dedicación laboral que complementa su estilo de vida.

Las Administraciones Municipales a través de las oficinas de asistencia técnica, la agencia de desarrollo local ADEPROA, las oficinas de turismo y COREDI, con la participación activa de la comunidad están estructurando diversos programas que permitan utilizar la mayor cantidad de los recursos de la región sin deteriorarlos y que además, aseguren la alimentación de las familias,

posibiliten la diversificación y venta de los excedentes productivos (Soberanía alimentaria de las regiones) y la prestación de servicios de turismo rural. Como la alternativa de la producción tradicional que es bastante costosa y riesgosa para la salud por la contaminación ambiental que genera la aplicación indiscriminada de agro tóxicos, lo cual hace necesario diversificar la oferta de productos agropecuarios y promover la producción de otros frutales menos demandantes del uso de los mismos como pueden ser el aguacate, la uchuva, la mora, la gulupa, la curuba y el lulo entre otros con la producción de hortalizas utilizadas en la cocina gourmet para promover la generación de valor agregado por medio de nuevas técnicas de empaque, la transformación primaria o conservación de alimentos, además de incrementar la producción pecuaria y desarrollar propuestas más integrales como las granjas agroturísticas.

La propuesta consiste en constituir una empresa asociativa que actuará como *Operador Turístico* y que integre servicios como: Alojamiento, transporte, alimentación, deportes, camping, pesca deportiva, cursos cortos de producción de agricultura orgánica, elaboración de productos alimenticios transformados, giras educativas, ecológicas y recreativas. Presentando paquetes para los grupos objetivos de acuerdo a su rango de edad y preferencias; aprovechando la oferta paisajística, histórica, cultural y religiosa.

Tabla 1. Análisis debilidades y oportunidades municipios zona de embalses

VARIABLES		CALIFICACIÓN	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
I	Tenencia de la tierra	2	Cambios en el uso y tenencia por la construcción de fincas de recreo, centros comerciales y parcelaciones o condominios	Fortalecer los proyectos agroturísticos y ecoturísticos. Implementar el proyecto de Distrito Agrario. Ajustar los PBOT o EOT Fortalecer la educación pertinente con sentido agropecuario en los municipios que tienen mayores riquezas naturales y culturales
	Alojamiento	3	Hoteles de regular calidad con poca oferta de camas	Construir y/o adecuar hoteles, cabañas y finca hoteles de acuerdo a las exigencias del turismo moderno
	Transporte terrestre	3	Obsoleto, no especializado para el turismo	Crear una empresa especializada para prestar este tipo de servicios al sector Existe una alta demanda del servicio
	Zonas Comerciales	2	No está desarrollado	Construir centros comerciales que ofrezcan productos regionales,

N F R A E S T R U C T U R A				artesanías, alimentos y transformados
	Servicios Bancarios	3	Falta más presencia de entidades financieras	Implementar una red bancaria y de cajeros para subregión
	Vías	4	Bajo mantenimiento a las vías existentes, pavimentar anillo vial región embalses	Adecuar con pavimentación y señalización los anillo viales existentes
	Helipuertos	0	El aeropuerto subregional está inoperante	Habilitar aeropuerto existente en Guatapé Demanda del servicio por turismo de gama alta
	Muelles	2	Son inadecuados e insuficientes	Hay una gran cantidad de vehículos de transporte fluvial particular, oficial y público. Hay tres marinas y un parque náutico que se beneficiarán con este servicio.
	Teleférico	0	No existe	La demanda existente para este tipo de servicio
	Restaurantes	3	Mejorar la calidad y cumplir la normatividad de salud	Demanda por un servicio adecuado y de calidad, que oferte comida típica, regional e internacional.

Almacenes de artesanías y souvenirs	3	Formalizar el comercio y reubicarlos en un mall turístico	Hay una alta demanda insatisfecha
Transporte fluvial	3	Incumplimiento de la normatividad fluvial	Mejorar la oferta de gama alta, con buques y yates turísticos adecuados. Desarrollar el velerismo y los deportes y competencias acuáticas.
Señalización vial y turística	2	No existe señalización	Se mejora la movilidad del turismo y se disminuyen los riesgos de accidentes
Infraestructura hospitalaria	4	La mayoría de los hospitales son de primer nivel de atención. Poca capacidad de respuesta por falta de ambulancias especializadas. La conectividad es regular Falta personal idóneo y de experiencia	La creación de la zona franca de salud con la construcción del Hospital San Vicente de Paúl de Rionegro
Servicios de emergencia	2	Son insuficientes, poco apoyo de las administraciones	La generación de ingresos por el turismo permite un mayor apoyo y con

			municipales	beneficios para la comunidad local y para los visitantes.
P L A N T A T U R I S T I C A	Oficinas de turismo	2	Son inoperantes	Proyecto turismo para la paz. La existencia de asociaciones de municipios como: MASER, MUSORA, MUSA que apoyan el turismo
	Presencia institucional	5	Apoyos esporádicos y planes desarticulados No tienen recursos propios	Las instituciones que capacitan en turismo
	Operadores turísticos	0	Falta de agremiación Baja cultura de asociatividad Poco poder de convocatoria de las administraciones municipales	Agremiarlos y formalizarlos Generar una organización macro para ofertar los servicios turísticos a nivel subregional que integre servicios y productos para el usuario final.
	Empresas de transporte turístico	2	Son insuficientes, no cumplen con la normatividad para este tipo de transporte	Hay demanda del servicio, se puede integrar con cajas de compensación
	Oficina de	0	No hay oficina de	Hay que implementarla para desarrollar

	comunicaciones		comunicaciones regional	el marketing necesario para la región
A T R A C T I V O S N A T U R A	Atractivos naturales	5	Depredación de los recursos naturales, dada la fuerte presión hacia ellos, por la extracción de madera, minería y expansión de frontera agropecuaria	Declarar las zonas boscosas como áreas protegidas y su manejo por las instituciones y la comunidad. La creación de parques nacionales, regionales y locales, reservas de la sociedad civil y distritos de manejo integrado, ordenación de cuencas y vías
	Embalses	5	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	Desarrollo del turismo para pescadores, recorridos náuticos, deportes acuáticos. Cultivo de peces en jaulas flotantes
	Ríos y quebradas	5	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	Demanda por actividades de senderismo y ecoturismo
	Senderos	4	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	La demanda del ecoturismo
	Bosques de niebla	3	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	La demanda del ecoturismo

L E S	Cascadas	5	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	La demanda del ecoturismo
	Monolitos	5	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	La demanda del ecoturismo
	Paisajismo	5	No hay un plan de manejo y conservación de este recurso	La demanda del ecoturismo
A T R A C T I V O S	Turismo Religioso	3	Las parroquias no tienen un paquete como existe en Buga y Popayán	Demanda por parte de grupos de tercera edad y grupos religiosos
	Museos	4	Falta más apoyo de las administraciones municipales y departamentales	Existe una demanda por parte de propios y foráneos por este tipo de turismo. El apoyo por parte del Ministerio de Cultura para la creación y conservación de museos, además capacitar a jóvenes como vigías del patrimonio cultural
C U	Agroturismo	0	No existen empresas para prestar este tipo de turismo,	Desarrollar empresas y operadores agro turísticos

L T U R A L E S			hay unas granjas pequeñas trabajando desarticuladamente y sin una visión de producto.	
	Ecoturismo	0	No existen empresas para prestar este tipo de turismo	Desarrollar empresas y operadores ecoturísticos
	Organización Social	2	Se destacan los procesos de organización turística, planeación, constitución de grupos asociativos la creación de oficinas locales de turismo en los municipios de El Peñol, Guatapé, San Rafael y Concepción. La inestabilidad política y la seguridad son las principales amenazas	
	Operadores Turísticos	0	No existen y no hay agremiación de prestadores de servicios	La alta demanda por un buen servicio

Gremio Transporte Turístico Terrestre	2	No hay una cultura de agremiación y asociación. Falta de formación empresarial	Hay iniciativas particulares para la conformación de empresas de turismo terrestre
Asociación de Comerciantes Locales	2	No son operativos gremialmente	Diversificar la oferta de servicios, integrarse con los posibles operadores turísticos
Gremio Transporte Turístico Fluvial	2	La falta de formación empresarial, poco desarrollo de competencias por parte de los operadores	Hay una alta demanda insatisfecha, la asesoría gratuita por la Cámara de Comercio del Oriente
Diseño de Productos turísticos	3	No se ha consolidado un producto o destino que identifique a la región por la no articulación de atractivos, servicios y tejido institucional. No hay paquetes turísticos subregionales y locales debidamente estructurados con canales de	

			comercialización adecuados, lo que se complementa con la escasez de operadores subregionales y locales	
Rutas Turísticas Regionales	4	Faltan operadores turísticos. No se ha implementado el plan subregional de turismo	Demanda de turismo en la zona	
Rutas Turísticas Locales	3	No están debidamente formalizadas	Implementarlas y ofertarlas. Generación de empleo y dinamización de la economía local	
Promoción de Productos Turísticos	2	Por falta de operadores organizados no existe un plan de marketing	El apoyo del Ministerio de Cultura y Turismo, a través del Fondo Nacional de Turismo para apoyar iniciativas regionales y locales de Turismo	
Comercialización de Productos Turísticos	2	No hay una entidad que los agremie, no hay un plan estratégico. No hay una regulación de tarifas	Desarrollar programas de diversificación de producto como por ejemplo: La ruta de los monolitos, la ruta del embalse, rutas de pesca, rutas eco turísticas, rutas agro turísticas entre otros	

Formación y Capacitación	3	La gran mayoría de los oferentes turísticos no están capacitados, ni entrenados para prestar este tipo de servicios	Existen las instituciones educativas y ya han empezado a trabajar
Demanda	4	La oferta de productos y servicios no crece al ritmo de la demanda. Falta innovación	Existe una alta demanda, una baja oferta de productos y servicios

Tabla 2. Análisis fortalezas y amenazas municipios zona de embalses

VARIABLES		FORTALEZAS	AMENAZAS	CALIFICACIÓN
I N F R A E S T R U C T U R A	Tenencia de la tierra	Se debe planificar para obtener un hábitat sostenible y armónico, donde la tenencia de la tierra sea protegida para los pobladores ancestrales	Problemas de desplazamiento, iniquidad en el territorio y deterioro del hábitat natural. Cambio de uso del suelo. Disminución de la oferta agropecuaria	2
	Alojamiento	El Paisajismo que posee la subregión	El mayor desarrollo de infraestructura turística en otras regiones como Rionegro y Área Metropolitana	3
	Transporte Terrestre	La interconexión vial, la cantidad de kilómetros	La inseguridad en el transporte por piratas terrestre y grupos al margen de la ley y cuidado de las vías. Transporte que no cumple la normatividad ideal	3
	Zonas Comerciales	Existe una alta demanda insatisfecha	Oferta de productos foráneos y comercio informal. Grandes superficies	2

Servicios Bancarios	Hay una alta demanda de dinero circulante y para tarjetas	La inseguridad, el fleteo, el robo	3
Vías	Ya existe una malla altamente desarrollada y buenas especificaciones	Mayores impuestos al sector primario por cobro de valorización y cobro de peajes	4
Helipuertos	Existe una infraestructura básica	Se utilice el Aeropuerto para desarrollar otro tipo de infraestructura	0
Muelles	El embalse está autorizado por parte de EPM para ser aprovechado por la subregión para servicios turísticos y complementarios. Las especificaciones técnicas permiten utilizarlo hasta el 2050. La inspección fluvial que tiene la subregión	El deterioro de los usos del suelo por la erosión, colmatando el embalse y disminuyendo su vida útil. Piratas fluviales	2
Teleférico	Topografía para interconectar parques, monolito, cerros,	Falta de recursos y falta de voluntad política para desarrollar	0

	islotes y sitios de interés cultural y religioso	el área metropolitana de embalses. Falta un operador que sea aceptado por todos	
Restaurantes	Existencia de malecones, sitios con paisajismo, fondas típicas, sitios de interés turístico	Los restaurantes móviles pertenecientes a cadenas de alimentos exógenas	3
Almacenes de artesanías y suovenirs	Existe en la región jóvenes capacitados y artesanos para ofertar todo tipo de artículos de subproductos de la madera y bambú o guadua	La oferta de productos chinos e importados	3
Transporte Fluvial	Existe un club náutico	Transporte náutico informal	3
Señalización vial y turística	La topografía existente, la malla vial, los sitios de interés	El vandalismo, el deterioro y los grafitis	2
Infraestructura Hospitalaria	Buena por la cantidad instalada y regular por la capacidad de atender urgencias especializadas	La falta de apoyo presupuestal por parte de las administración municipal, departamental y nacional	4
Servicios de	La red vial y náutica que	La falta de apoyo y voluntad	2

	Emergencia	permite el rápido desplazamiento, el apoyo del DAPARD de la gobernación, la cruz roja internacional	política	
P L A N T A T U R Í S T I	Oficinas de Turismo	Existen las oficinas, el apoyo de las administraciones locales	Falta de capacidad de agremiación para prestar y ofrecer productos y servicios turísticos.	2
	Presencia Institucional	A través del segundo laboratorio de paz del Oriente Antioqueño se gestiona el plan subregional de turismo, por intermedio del Proyecto Turismo para la Paz, con recursos de la Unión Europea, CISP, Acción Social, Prodepaz, Gobernación de Antioquia	Que por falta de voluntad política se desmonte el programa	5
	Operadores turísticos	Vender un paquete completo, integrado, generan empleo directo e indirecto	Los celos interinstitucionales y entre las administraciones municipales no permiten articular	0

C A			operadores turísticos de calidad	
	Empresas de transporte turístico	Ya existen dos empresas en el municipio de Guatapé de moto taxis, hay tres empresas de transporte fluvial	El transporte informal que no cumple las normatividades	2
	Oficina de Comunicaciones	Existe toda una infraestructura para desarrollarlas como: emisoras locales, internet móvil, telefonía celular, antenas parabólicas, vallas y muros publicitarios	Falta de apoyo institucional, gubernamental y la falta de recursos	0
A T R A C T I V O S	Atractivos Naturales	Existe toda una variedad, diversidad, y oferta para todo tipo de turistas	Tala de bosques, ampliación de frontera agrícola, políticas no conservacionistas	5
	Embalses	Hay variedad y riqueza de atractivos naturales en los municipios más alejados	La inseguridad fluvial, los problemas erosivos, la disminución de la vida útil del embalse. La resistencia de la	5

V O S N A T U R A L E S			entidad operadora del embalse EPM para este tipo de proyectos	
	Ríos y quebradas	La gran cantidad y variedad de quebradas y ríos de la subregión	La contaminación, la tala de las micro cuencas, la falta de ordenamiento de las micro cuencas	5
	Senderos	Topografía, geografía y paisajismo adecuados	La tala, la contaminación, la inseguridad por grupos armados al margen de la ley, ampliación de la frontera agrícola	4
	Bosques de Niebla	Topografía, geografía y paisajismo adecuados	La tala, la contaminación, la inseguridad por grupos armados al margen de la ley, ampliación de la frontera agrícola	3
	Cascadas	Topografía, geografía y paisajismo adecuados	La tala, la contaminación, la inseguridad por grupos armados al margen de la ley, ampliación de la frontera agrícola	5
	Monolitos	Presencia de varios monolitos en la subregión de	Ubicados en terrenos de particulares, la contaminación, la	5

		embalses	inseguridad por grupos armados al margen de la ley	
	Paisajismo	Topografía, geografía y paisajismo adecuados	Contaminación visual, las quemas, la expansión de la frontera agrícola, el deterioro de los recursos naturales	5
A T R A C T I V O S C U L	Turismo Religioso	Existencia de templos antiguos y diseño de templos modernos	La inseguridad, la falta de articulación entre las parroquias para ofrecer planes	3
	Museos	Apoyo de la administración municipal, el arraigo de los pobladores por sus antigüedades, la existencia de monografías de la subregión escrita por los pobladores. Región etno cultural con hallazgo de guacas de los indios Tahamies	La venta ilegal y saqueo del patrimonio cultural	4
	Agroturismo	Los métodos tradicionales de	Cambio de uso del suelo, el	0

T U R I S T A S		producción, gastronomía autóctona regional, la iniciativa para implementar las BPA	desplazamiento forzado, la falta de políticas para el sector agropecuario	
	Ecoturismo	El paisajismo que posee la subregión, la diversidad en flora y fauna, la oferta hídrica	La contaminación, la tala de las micro cuencas, la falta de ordenamiento de las micro cuencas	0
	Organización social			2
	Operadores Turísticos	Hay iniciativas locales para desarrollar el sector turístico	La falta de voluntad política	0
	Gremio Transporte Turístico Terrestre	Tienen los equipos básicos	Las extorsiones por parte de grupos ilegales, las restricciones por parte del ministerio de transporte	2
	Asociación de Comerciantes Locales	Existen dos asociaciones en la subregión. La cámara de Comercio Oriente les brinda capacitación	Los grupos insurgentes, la delincuencia común	2
	Gremio Transporte	Las marinas y la presencia	Restricciones de ley para ejercer	2

	Turístico Fluvial	de la inspección fluvial del Ministerio de Transporte	la labor por parte de EPM. La navegación nocturna. La inseguridad	
	Diseño de Productos turísticos			3
	Rutas Turísticas Regionales	Diseño de las siete rutas	Celos interinstitucionales entre las administraciones	4
	Rutas Turísticas Locales	Hay una gran cantidad de subrutas que se pueden articular en la región de embalses	Que no sean integradas al plan de turismo subregional. La falta de apoyo de las municipalidades	3
	Promoción de Productos Turísticos	La existencia de oficinas de turismo locales y de empresas prestadoras de servicios.	La falta de apoyo institucional, falta de recursos, poca integración de prestadores de servicios	2
	Comercialización de Productos Turísticos	Existen medios de comunicación locales y regionales, agencias de viaje local,	La competencia con grandes operadores turísticos foráneos que no se integran con la propuesta subregional	2
	Formación y	El apoyo de la administración	Falta de continuidad en los	3

	Capacitación	municipal. El talento humano de la región. El programa jóvenes emprendedores con el SENA y Jóvenes con futuro con la federación de cafeteros	programas. Desarticulación de las instituciones. Falta de apoyo gubernamental. Falta de compromiso por parte de la comunidad	
	Demanda	El turismo no solo es externo sino interno, hay un gran aprecio por la subregión. Cercanía a centros urbanos como área metropolitana y Valle del Aburra y San Nicolás	La oferta de productos turísticos de mejor calidad y más económicos por los grandes operadores turísticos	4

Las estrategias surgen del ejercicio de cruzar las debilidades con las oportunidades y las fortalezas con las amenazas, variables que inciden en el desarrollo de la actividad turística, detectadas en la realización del DOFA, por parte del equipo formulador de la propuesta, con base en el trabajo realizado por la comunidad y sus líderes que está plasmado en el “Plan Turístico Comunitario”, el cual dimensiona los impactos y riesgos de desarrollar una propuesta turística en el municipio y propone algunos caminos o alternativas de intervención que contribuyan al logro de los objetivos planteados a nivel municipal y regional. En nuestro caso, servirá como insumo de planeación de las actividades de implementación de la propuesta de agroturismo, algunas de ellas son:

- Sensibilización y empoderamiento de la propuesta agroturística con los futuros asociados.
- Implementación de una marca territorial local desde los productos agroturísticos.
- Capacitación del recurso humano responsable de la implementación del proyecto.
- Establecer un sistema de promoción y señalización turística de las granjas.
- Fortalecimiento y renovación de los equipamientos y rediseño de la infraestructura turística de las granjas.
- Implementación de un programa de gestión de turismo en alianza con la oficina de turismo local.

Con el fin de constituir una empresa sólida como operador turístico, se tomará como guía la metodología de plan turístico convencional y el esquema de planificación turística para la competitividad, tal como se sugiere en el “Proyecto Turismo para la Paz” y se visualiza en la siguiente figura.

Figura 1. Matriz clasificatoria de Unidades turísticas

Matriz clasificatoria de Unidades turísticas						
Clase de actividad turística	Ecoturismo		Turismo rural			
Sub-clase de actividad turística	De la sociedad civil	Del Estado	AGROTURISMO	Artesanal.	De recreación masiva	Hotelero
CLASE de UNIDAD TURÍSTICA	Reserva natural de la sociedad civil	Reserva natural estatal	Unidad agroturística	Casa rural artesanal	Parque temático	Hotel rural
Tipo de eje productivo de la unidad turística	Ambiental (Bienes y servicios)		1 Agrícola 2. Pecuario 3. Forestal	Artesanal	Turístico	
Tipo de relación de la actividad turística con el eje productivo	Complementariedad.		Complementariedad.		Identidad	
Tipo de ecosistema que acoge la actividad turística	Ecosistemas naturales En conservación y/o restauración		Ecosistemas rurales			

Algunos de los insumos que se deben tener en cuenta para la construcción de una propuesta agroturística, son los siguientes:

- La recuperación del patrimonio arquitectónico y/o revaloración del uso de materiales nobles y técnicas tradicionales.
- La conservación de la biodiversidad y el cuidado de los paisajes rurales autóctonos.
- El mantenimiento de una producción integral para el autoconsumo. (Frutales, verduras, hortalizas, tubérculos, lácteos, cárnicos, entre otros.)
- La producción orgánica, socialmente justa, culturalmente aceptada, económicamente rentable y ambientalmente sostenible
- El procesamiento artesanal de alimentos.
- La oferta de una variada gastronomía local tradicional.

- La sanidad ambiental de la unidad turística (Reducción de emisiones con el manejo de aguas servidas, fuentes de energía y desechos).
- La conservación de fuentes de agua, bosques, corredores biológicos, cercas vivas, entre otros.
- La diversificación de los sistemas productivos agropecuarios sostenibles.
- El empleo equitativo de mano de obra familiar.
- La recuperación productiva de prácticas agrícolas y oficios rurales ancestrales.
- La inserción armónica de la oferta turística en las actividades productivas y de esparcimiento de la comunidad de vecinos.
- La oferta recreativa en conexión con viejas tradiciones vivas en la finca, casa artesanal y/o comunidades vecinas.
- El rescate de los espacios familiares y comunitarios propicios para la transmisión oral de leyendas, mitos, cuentos de espantos y desaparecidos, poesía, música, e historia local.
- La oferta de jornadas de enseñanza- aprendizaje, conducidas por el productor, artesano o habitante de la reserva natural.

En este contexto se propone, como una de las opciones de desarrollo en sectores rurales, el impulso al turismo rural y agroturismo orientado inicialmente a segmentos poblacionales cercanos y en el futuro a visitantes foráneos, a través de estrategias modernas de marketing.

Entre las múltiples actividades relacionadas con el turismo están las producciones de artesanías de tradición local, la producción de conservas artesanales de productos hortofrutícolas, las experiencias realizadas en campo de forma sostenible y orgánica en general, convirtiéndose en una posibilidad de apertura del mundo rural.(6).

1.2 PROBLEMA

Bajos niveles de ingresos de la población en la zona de embalses del Oriente Antioqueño

1.3 CAUSAS

1.3.1 Inadecuada infraestructura turística de la región

- Poca oferta hotelera
- Poca diversidad y oferta de servicios turísticos
- Desarticulación en la prestación de los servicios turísticos de la región
- Desarticulación de los planes de desarrollo turísticos municipales
- Inadecuada infraestructura vial

1.3.2 Inadecuado aprovechamiento de los recursos de la zona y bajas productividades del sector primario

1.3.3 Poca generación de valor agregado en los productos del sector primario

1.3.4 Deficiente capacidad asociativa de la población

Con la construcción de los embalses en la subregión se generó un gran descontento en la población allí asentada, cuya cultura productiva era netamente agropecuaria y que veían como sus mejores tierras quedaban inundadas, las *Empresas Públicas de Medellín*, por esta causa fueron muy criticadas y atacadas de manera directa en su infraestructura por los pobladores que vieron este megaproyecto como un desarraigo forzoso. Lo cual obligó a sus directivos y a los líderes comunitarios a formular lo que se conoce como: “Plan Decenal de Desarrollo” contemplado en el Contrato Maestro a fin de disminuir con ello los efectos negativos causados por la obra, en la cultura de los peñolenses, logrando que dentro los acuerdos pactados se permitiera el usufructo del embalse con fines turísticos, pero faltó el componente educativo que formara a los pobladores en el

emprendimiento de proyectos turísticos y de prestación de servicios. Por lo tanto las pocas alternativas productivas que se han desarrollado en esta región, han permitido que el productor agropecuario, buscando mejores ingresos, tome como alternativa el desplazamiento hacia otras zonas o al casco urbano vendiendo a los turistas sus fincas, ya que las actividades agropecuarias no son rentables al utilizar tecnologías altamente dependientes de productos de síntesis química; adicionalmente no existe una identidad productiva muy definida a causa del desplazamiento forzoso generado por la creación de las hidroeléctricas, ni una cultura de seguridad alimentaria, por lo que dicha problemática se manifiesta en el aumento de la desnutrición familiar, la deserción escolar y en algunas ocasiones la pérdida de sus tierras por obligaciones financieras.

1.4 Efectos

- Desempleo
- Alto costo de vida
- Informalidad empresarial
- Competencia desleal
- Deterioro del tejido social

En la subregión al igual que en el país, se presenta altos niveles de desempleo (10%) en la población económicamente activa, un alto costo de vida por la inflación generada por el turismo (porque los comerciantes locales aumentan los precios de los artículos básicos de la canasta familiar en las temporadas de visita de los turistas) y la disminución de la oferta de alimentos por el cambio de uso del suelo y las técnicas agropecuarias inadecuadas de producción que utilizan. Sumado ello, a la poca cultura de asociatividad de sus pobladores lo que implica su baja capacidad de negociación para la compra de insumos y la venta de sus cosechas; haciendo poco competitiva y sustentable la actividad agropecuaria, que se caracteriza por los altos costos de producción y bajos rendimientos, que al no

generar ingresos suficientes afectan negativamente la calidad de vida de los productores rurales, promoviendo el deterioro del tejido social (abandono de las parcelas, delincuencia, mendicidad, prostitución, drogadicción, alcoholismo entre otros.) y el desplazamiento a centros poblados.

2 MARCO TEORICO

El turismo, es una actividad económica y un fenómeno socio cultural de esta época, el cual ha venido creciendo de manera sostenida a nivel mundial, y por medio de éste se han vinculado los territorios y las comunidades de las más distantes geografías, permitiendo intercambios culturales y transformando de manera acelerada las dinámicas económicas en todo el mundo.

El oriente antioqueño no ha sido ajeno a dicha dinámica y está aprovechando sus recursos naturales, históricos, sociales y culturales, para desarrollar esta actividad económica, aprovechando por demás la cercanía de la región a los principales centros metropolitanos como el área metropolitana del valle del Aburra y el altiplano.

La Organización Mundial del Turismo OMT, a partir de 1988 consciente de que esta actividad económica como modelo masivo ha traído fuertes impactos negativos en la cultura y los ambientes locales, ha propuesto lineamientos para hacer del turismo una actividad sostenible, orientada a la gestión de todos los recursos de manera que satisfaga las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la identidad cultural, el medio ambiente y la diversidad biológica.

Uno de los factores que propician el éxito de esta actividad es la planificación participativa, la cual promueve el desarrollo económico de las comunidades locales y garantiza la conservación, la mejora de los recursos naturales y el respeto de la idiosincrasia de las comunidades.

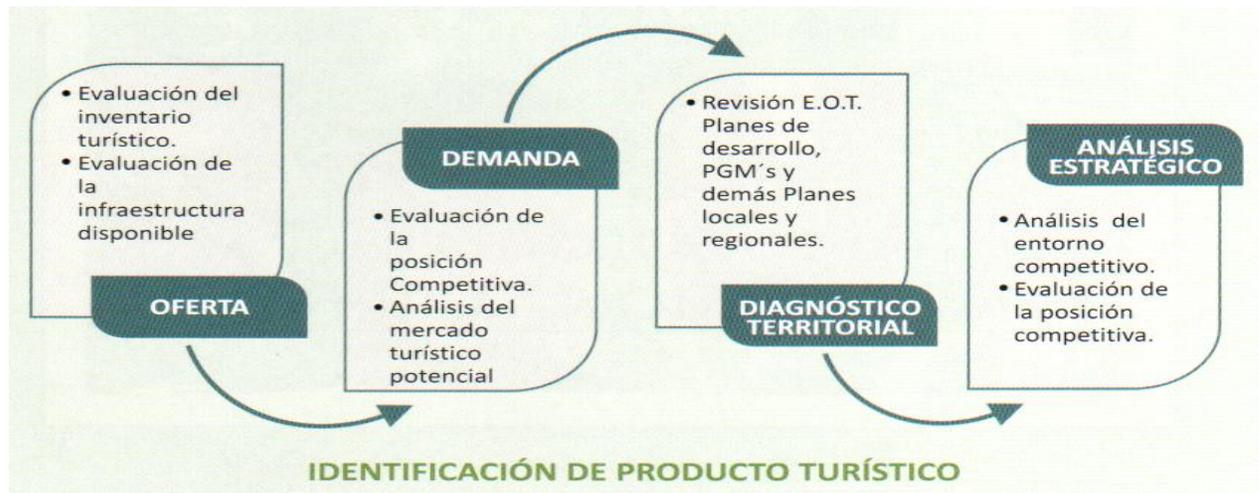
El oriente Antioqueño a través de las diferentes administraciones municipales y entidades como Acción Social, Gobernación de Antioquia, Corporación Prodepaz, CISP y La Unión Europea formularon en el marco del *Segundo Laboratorio De Paz del oriente Antioqueño* el “Proyecto Turismo para la Paz”, el cual pretende implementar una red de turismo con base comunitaria para el desarrollo territorial del oriente Antioqueño y adoptó como una de las estrategias de planeación y construcción participativa de un Plan Subregional de Turismo para el Oriente – PSRT-, así como el apoyo a la formulación de planes locales de turismo.

El plan busca además lograr la motivación y el compromiso de los actores del turismo y las comunidades del territorio del Oriente Antioqueño buscando diversificar las actividades económicas y aprovechar la oferta paisajística. En la subregión algunas administraciones municipales con el apoyo de instituciones como: Acción Social, Gobernación de Antioquia, Prodepaz, CISP, Segundo laboratorio de paz, La Unión Europea, Cornare y el SENA entre otras se dieron a la tarea de generar propuestas para el desarrollo de las actividades turísticas y para ello unieron esfuerzos y gestionaron recursos con los cuales se generó el plan subregional de turismo del Oriente Antioqueño que busca brindar los lineamientos para un desarrollo sostenible y organizado del turismo. Identificando en él las siguientes fases:

2.1 IDENTIFICACIÓN DE FASES

2.1.1 Fase diagnóstica e identificación de productos turísticos

Figura 2. Fase diagnóstica e identificación de productos turísticos



- Diagnóstico de la Oferta

Analiza tres componentes principales como son: La oferta paisajística y de recursos naturales y culturales (tangibles e intangibles), los servicios turísticos o complementarios denominados también planta turística, y la infraestructura de apoyo o básica. Esta fase inicia una revisión de información bibliográfica, de los planes comunitarios de turismo local, un resumen de atractivos naturales, históricos, religiosos y culturales, análisis de subregión de la flora, fauna, uso actual o potencial del suelo, planta turística existente o de servicios suplementarios y el estado de la infraestructura de apoyo al servicio del turismo.

- Diagnóstico de la Demanda

Se debe realizar una caracterización o identificación del perfil del turista, visitante o viajero que llega a la zona, teniendo en cuenta, cuales son sus inconformidades respecto a la oferta actual de los servicios turísticos ofrecidos lo cual se vuelve una oportunidad para el operador, desarrollo de productos turísticos esenciales

para la región a través de recorridos y consulta a expertos en la materia y aplicar en ellos los principios de turismo sostenible y responsable

- Diagnóstico Territorial

Es necesario conocer todas las normatividades existentes y que reglamenten el uso del suelo y de los demás recursos, para no ir en contravía de la normatividad existente y la cual se encuentra en los Planes Básicos de Ordenamiento Territorial (PBOT) y en los Esquemas de Ordenamiento Territorial, los Planes de Gestión Ambiental Municipal (PGAM), los Planes de Desarrollo Municipal (PDM), el Plan de Gestión Ambiental Regional (PGAR) y los diferentes planes sectoriales, locales, regionales, departamentales y nacionales de turismo (Fondo Nacional de Promoción Turística).

- Análisis Estratégico

Es el análisis de la competencia, es decir, de aquellos operadores turísticos formales e informales que en la actualidad prestan el servicio, teniendo en cuenta sus debilidades y fortalezas, con el fin de generar estrategias que nos hagan más competitivos, a su vez proponer alianzas de cooperación y darle elementos de diferenciación al producto turístico. Una de las herramientas utilizadas es el análisis DOFA aplicada al concepto de Clúster.

- Identificación de Productos Turísticos

Los anteriores cuatro elementos permiten definir y diferenciar el producto turístico de cada operador. Es importante aplicar los preceptos de diferenciación, articulación y sostenibilidad. Para el caso del proyecto agro turístico de Corede es necesario aplicar la oferta de acuerdo a los diferentes nichos de mercado visualizados y marcar la diferencia con la oferta de la región que atiende solo a la población flotante. La calidad, variedad, el sano esparcimiento y el aprendizaje serán pilares fundamentales del proyecto.

2.2.2 Fase propositiva

Figura 3. Fase propositiva



Para ello se debe diseñar un plan estratégico para la empresa turística “Operador Turístico”, donde se plasme de manera clara y sencilla la Visión en un periodo no inferior a diez años, estructurar la Misión o que hacer empresarial y los objetivos general y específicos, las líneas estratégicas, un plan de implementación y seguimiento para con ello conformar una agenda de trabajo que permita la ejecución del plan de acción.

En la fase de implementación se debe de hacer de manera constante un programa de seguimiento y control, lo cual permitirá realizar ajustes lo más pronto posible, buscando brindar la satisfacción a los clientes.

Los segmentos poblacionales a atender son:

- Niños: 6 a 10 años, actividades con acompañamiento de recreacionistas en actividades como camping, senderismo, horticultura, jardinería y cerámica.

- Jóvenes: de 11 a 17 años: cursos de verano, senderismo, tour por el embalse, cabalgatas, buceo, pesca, esquí náutico, deportes náuticos, cocina gourmet regional.
- Adultos: 18 años en adelante: Cursos de producción limpia de hortalizas y frutales con enfoque en Buenas Prácticas Agrícolas (manejo adecuado de los recursos naturales, producción artesanal de insumos agropecuarios y manejo pos-cosecha), Manejo adecuado de plaguicidas. Curso de transformación de alimentos con Buenas prácticas de manufactura, cursos de jardinería, agropónicos, compostaje, curso de manejo de especies menores, turismo religioso y cultural, cabalgatas, pesca deportiva, giras náuticas, viejoteca entre otras.

Lo anterior enmarcado en la propuesta estratégica del plan subregional de turismo:

- Visión turística al 2020 para el oriente antioqueño

En el 2020 El Destino Verde de Antioquia será un destino turístico sostenible y competitivo, reconocido en el ámbito nacional e internacional, como un producto turístico en espacios rurales, que resalta y respeta el patrimonio natural y cultural del Oriente Antioqueño, contenido en siete rutas turísticas: Historia de Córdoba, Vuelta a Oriente, Aguas y piedras, Artesanal, Horticultura sana, Vía verde bosques tropicales e histórica, de páramo y termales, las cuales complementarán el turismo de ciudad del Valle de Aburrá y aportarán un 12% al PIB de la subregión.

- Misión del plan subregional de turismo al 2020

Contribuir al desarrollo local y subregional, a través del desarrollo turístico sostenible, responsable y competitivo, promoviendo la gestión pública y social, la implementación de una estrategia de marketing territorial, el fortalecimiento del

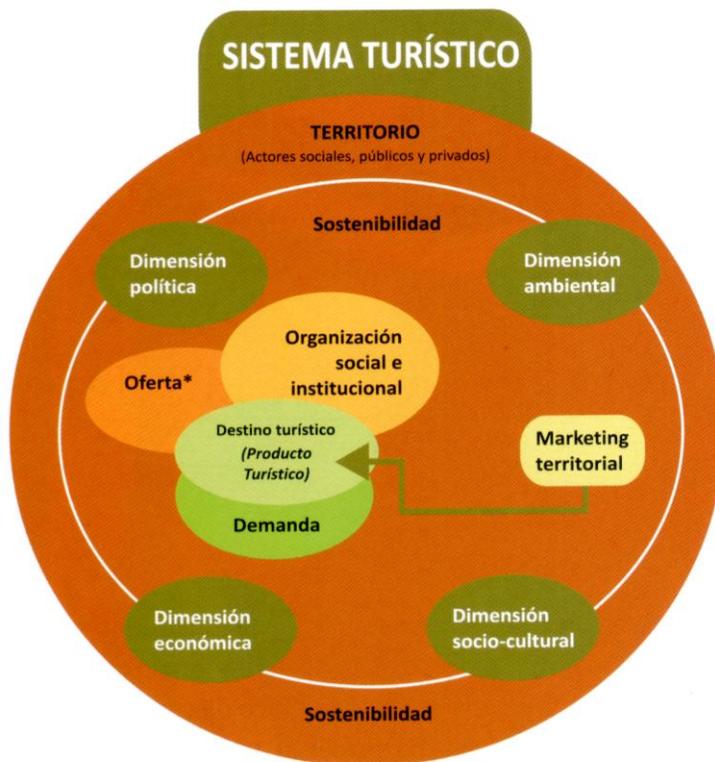
tejido empresarial e institucional y de la oferta turística. Todo ello expresado en siete rutas que definen y consolidan El Destino Verde de Antioquia.

- Objetivo para el oriente antioqueño al 2020

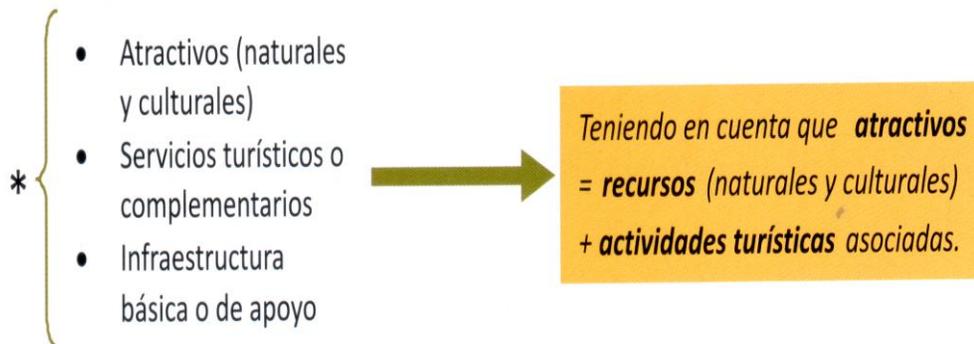
Consolidar al Oriente Antioqueño como un destino turístico sostenible y competitivo, que expresa la voluntad social e institucional de un sector estratégico para el desarrollo territorial y la cohesión social de los pobladores de la subregión.

El turismo se debe considerar como un sistema con múltiples enlaces de encadenamiento vertical y horizontal, que une la oferta, la demanda y la súper estructura, enmarcados en un contexto político, económico, socio cultural, ambiental y tecnológico. Este concepto de sistema turístico es equivalente al sistema de Clúster Turístico

Figura 4. Sistema Turístico



Fuente: construcción propia, equipo técnico PSRT, 2009



El sistema turístico es un conjunto de elementos que se conjugan en un territorio, permitiendo que se de las relaciones sujeto-objeto de las que habla Jiménez (1986). Se parte del concepto turismo como una actividad económica, que es un fenómeno socio cultural de una forma de restauración síquica, la cual se visualiza en el siguiente diagrama.

Figura 5. Componentes del sistema turístico



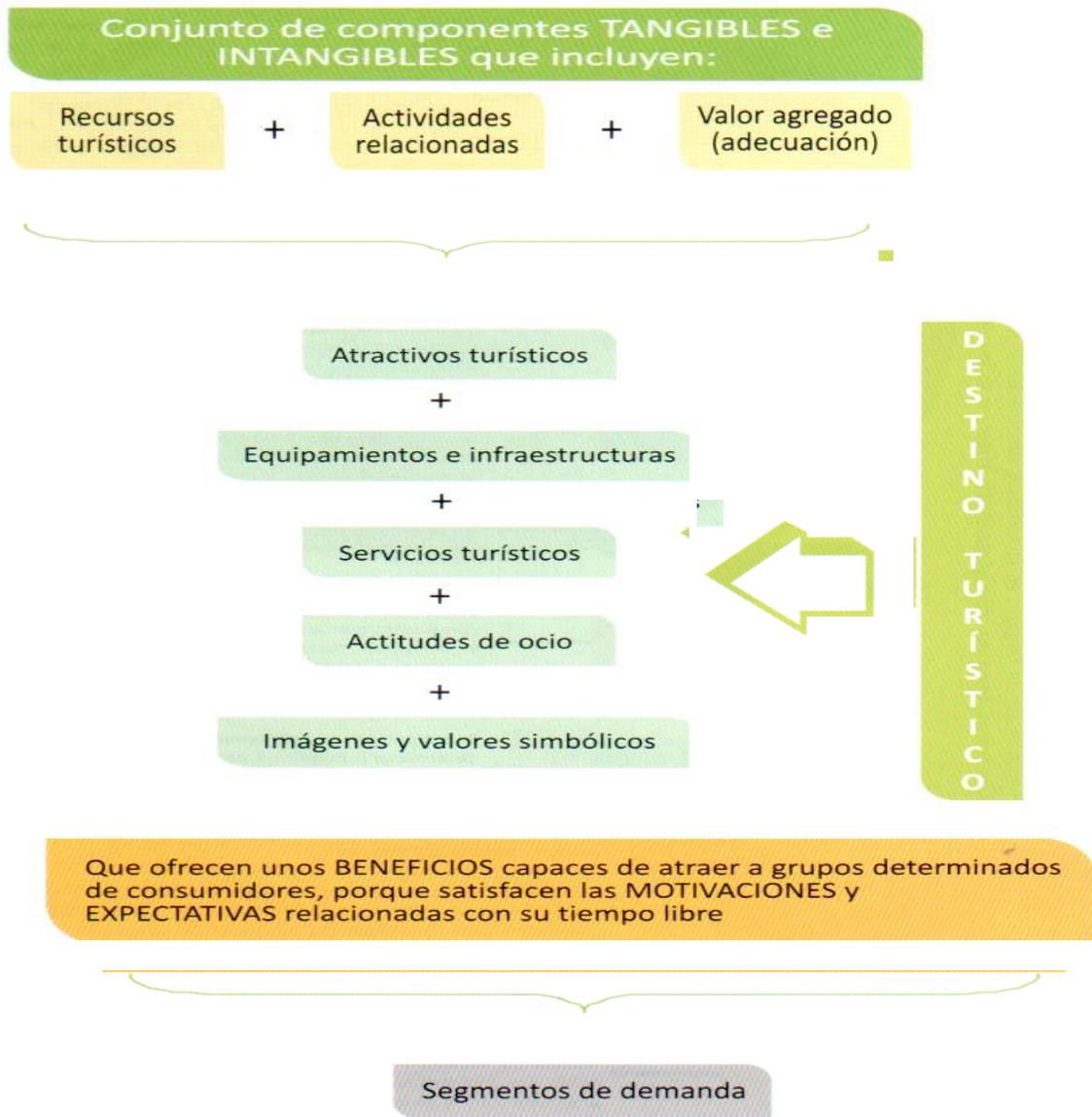
Fuente: construcción propia, equipo técnico PSRT, 2009

El sistema turístico oferta un destino y un producto, los cuales se basan en los componentes tangibles e intangibles, que pretenden generar satisfacción a los visitantes o usuarios del producto. El destino turístico se caracteriza por tener: Atractivos turísticos (oferta paisajística, cultural, histórica, deportes entre otros), equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos (alimentación, transporte, guianza, souvenirs, actitudes de ocio e imágenes y valores simbólicos).

El producto turístico se caracteriza por integrar los recursos turísticos, las actividades relacionadas y el valor agregado o adecuación que realiza el operador turístico, que es el factor de diferenciación de cada una de las empresas, con el fin de ofrecer beneficios al visitante que les atraiga como grupo determinado de consumidores quienes buscan satisfacer una serie de motivaciones y expectativas para invertir su tiempo libre.

DESTINO Y PRODUCTO TURÍSTICO

Figura 6. Producto Turístico



Fuente. Adaptado de Secretaría de Turismo de México- SECTUR

Una de las líneas que más se ajusta a la propuesta de la OMT es el turismo rural, principalmente la sub-clase de actividad turística denominada Agro turismo.

La actividad agro turística es complementaria de las labores productivas en las unidades agrarias familiares y/o comerciales. El agroturismo se organiza en conexión con las rutinas, ritmos y manifestaciones culturales de la vida rural, aprovechando las ofertas paisajísticas de la zona.

Figura 7. Imagen de convenciones del diagrama de cluster



Como se puede observar en la figura anterior el Agroturismo, tiene alta demanda pero la oferta no existe, por lo tanto es una oportunidad para desarrollar este nicho de mercado.

La unidad agro turística puede ofrecer:

- Actividades y servicios en conexión con la vida rural familiar del productor rural, hospedaje, alimentación, esparcimiento, enseñanza y aprendizaje (Aprender haciendo).
- Producción artesanal de alimentos y transmisión oral de la cultura rural.
- Unidad artesanal turística (sostenibilidad cultural, consiste en la elaboración de artesanías propias de la región utilizando insumos de la zona como fibras, arcillas, tallos y flora)

- Unidad eco turística (sostenibilidad ambiental, consiste en crear conciencia ambiental a través de actividades como el reciclaje, compostaje, la reutilización, la disminución de emisiones y tours ecológicos o senderismo entre otras actividades).
- La propuesta se caracteriza por resaltar la dimensión cultural haciendo énfasis en:
 - La Sostenibilidad de tradiciones y modos de producción.
 - Reconocer el valor simbólico y psico-social de la cultura rural tradicional expresada en la cotidianidad de la unidad rural familiar productiva.
 - Respetar y conectarse con los conocimientos ancestrales y la memoria colectiva que guardan los mayores.
 - Reconocer y valorar las diferencias y particularidades de las etnias y culturas regionales como la riqueza suprema del destino turístico.
 - Reconocer y respetar la identidad cultural de las comunidades anfitrionas, sus ritmos de transformación, patrones de relación, valores, prácticas y expresiones colectivas, tratando de protegerlas, es decir de disminuir la tendencia global de transculturización, haciendo que los locales receptores valoren su identidad y se sientan orgullosos de la misma.
 - Para ello, se debe hacer un trabajo de selección de los turistas a través de la generación de un perfil cualitativo del huésped, eligiendo aquellos que sean capaces de vivir el placer de respetar el límite *aceptable de cambio* de la cultura local en armonía con los ritmos culturales de transformación local.
 - La comunidad debe tener claridad sobre los parámetros locales de calidad de vida, para así enfrentarse de manera racional con los estándares de calidad turística, de manera tal, que no se contaminen fácilmente con los estándares culturales foráneos.

Otro objetivo a largo plazo de la propuesta es promover una agremiación de diferentes actores, que actúen como mini operadores de servicios turísticos que le

permitan a la comunidad local ejercer el control sobre el flujo y tipo de turismo, que llega a su territorio de la mano de las autoridades municipales y la comunidad en general.

3 PRODUCTOS ESPERADOS

3.1 PRODUCTO FINAL ESPERADO

El presente proyecto rediseñará la infraestructura de las dos granjas para realizar actividades turísticas y de producción agro ecológica, lo cual implica capacitar el personal en actividades como atención al cliente, turismo rural, tecnologías más limpias y promover un modelo sostenible y rentable que pueda ser adoptado por otras familias rurales, integrando aspectos ambientales como:

- La diversificación e integración de la producción agropecuaria en los agroecosistemas.
- La conservación y multiplicación de la variedad de semillas regionales y especies de flora y fauna de la localidad.
- Realizar un manejo sostenible de bosques, fuentes de agua y energía, en la unidad productiva y su entorno, implementando un vivero y programas educativos para turistas y locales.
- Restaurar el equilibrio eco-sistémico de los suelos agrícolas por medio de tecnologías agros ecológicas culturalmente aceptadas.
- Mostrar la heterogeneidad cultural y socio-económica de los sistemas agropecuarios y forestales existentes, por medio de los cuales se desarrollen actividades turísticas, buscando hacer de ellos verdaderos sistemas productivos sostenibles generadores de ingresos y seguridad alimentaria.

El establecimiento de sistemas productivos se hará aplicando Buenas Prácticas Agrícolas BPA, con el fin de buscar en un futuro la certificación en BPA.

Contribuir a la conservación del ambiente, aumentar la productividad y rentabilidad, y disminuir los riesgos de enfermedades causadas por la aplicación indiscriminada de agro tóxicos, además de generar valor agregado a través de la

agroindustria (implementación de BPM) y generar ingresos por la prestación de servicios turísticos.

Las granjas que se adecuarán como agro turísticas pertenecen a la Corporación Educativa COREDI, la Fundación Educativa COREDI, el fondo de empleados FONDECOR, la mutual VIDASOL y la Corporación Ambientalista PROTEAGRO.

3.2 CARACTERÍSTICAS GRANJAS

3.2.1 Granja San José de Cotolengo

Área 2,4 hectáreas, capacidad de alojamiento de 70 personas, en la finca establecerían 20 árboles de aguacate, 100 plantas de Lulo, un banco de proteínas y forrajes, siembra escalonada mensual de diferentes hortalizas, maíz y frijol para su consumo interno y pastos mediante técnicas agro ecológicas. Cultivos bajo invernadero También se establecerán pequeños subsistemas de especies menores como por ejemplo aves ponedoras, conejos, cabras, peces en estanque, cerdas de cría (inseminación artificial), ganado semi-estabulado, producción de pregerminados, concentrados alternativos y cursos de agricultura urbana y agro ecología básica. Senderos ecológicos en adoquín.

Figura 8. Lombricultivo



Figura 9. Marquesina secado semillas y aromáticas



Figura 10. Corrales



Figura 11. Galpón



Figura 12. Comedor



Figura 13. Salón al aire libre



Figura 14. Porquerizas



Figura 15. Corraleja



Figura 16. Marquesina y Secadero



Figura 17. Jaulas para conejos



Figura 18. Galpón pollos de engorde



Figura 19. Huerta en recipientes plásticos



Figura 20. Plantas Medicinales



Los excedentes se venderán a través de la comercializadora **Bioventas** de **PROTEAGRO**, adicionalmente se hará transformación agroindustrial de alimentos y su conservación, promoviendo con ello la comercialización directa de los productos. Ganadería extensiva y mejoramiento genético. También se brindará el servicio de tours por el embalse y pesca deportiva, senderos ecológicos, un orquidiorama y zonas de camping.

3.2.2 Granja Horizontes

Área 10 hectáreas, capacidad de alojamiento de 50 personas, sistemas productivos de hortalizas, frutales y pastos mediante técnicas agro ecológicas, cultivos bajo invernadero, galpón de aves ponedoras, conejos ganado bovino, pesca deportiva en el embalse, porcicultura por inseminación artificial, producción de pregerminados, concentrados alternativos y bloques nutricionales.

En la finca establecerían 200 árboles de aguacate, 150 plantas de lulo, 50 plantas de uchuva, un banco de proteínas y forrajes, siembra escalonada mensual de diferentes hortalizas, maíz y frijol. También se establecerán pequeños subsistemas de especies menores como por ejemplo aves ponedoras, pollos, o cerdas de cría. Los excedentes se venderán a través de la comercializadora Bioventas de PROTEAGRO, adicionalmente se hará transformación agroindustrial de alimentos y su conservación, promoviendo con ello la comercialización directa de los productos. Ganadería extensiva y mejoramiento genético. También se brindará el servicio de tours por el embalse y pesca deportiva, senderos ecológicos, un orquideorama y zonas de camping.

4. JUSTIFICACIÓN

4.1 EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La agricultura moderna ha fracasado en su principal objetivo: Producir alimentos suficientes y de buena calidad para todas las poblaciones. De los 7000 millones de habitantes del mundo se estima que 1000 millones tienen problemas de nutrición tanto por la falta de ellos, como por los malos hábitos alimentarios, sumado ello a la disminución de las áreas sembradas a causa de cambios de uso del suelo y los altos costes de los insumos agropecuarios lo cual lo hace un sector poco competitivo y sostenible.

En los países tropicales, la agricultura moderna se ha orientado hacia la agricultura comercial, desplazando la agricultura tradicional (Producción de hortalizas y frutales no convencionales) de las mejores tierras, provocando graves problemas de erosión de los suelos y la contaminación de los ecosistemas, agravando así los problemas de hambre de los pobladores locales.

En la región del oriente Antioqueño, predomina la población rural que tiene como actividad principal la producción agropecuaria de la cual proceden sus ingresos y el abastecimiento de sus alimentos básicos. En esta zona se genera la mayor cantidad y variedad de productos agropecuarios que abastecen al Departamento de Antioquia, Chocó, costa Atlántica, Norte del valle y Magdalena Medio. En estos sitios se comercializan hortalizas, frijol, papa, tomate y productos derivados lácteos. Sin desconocer la importancia de esta región como polo de desarrollo agropecuario, es necesario señalar que la producción se ha hecho a un alto costo ambiental, social y económico. Por las prácticas implícitas y manejo inadecuado de este modelo productivo (revolución verde), se presentaba una altísima y

preocupante degradación de aguas, suelos, bosques y destrucción de la diversidad genética y cultural.

Esta propuesta va encaminada a mejorar la oferta turística del municipio con lo cual se genera mas empleo e ingresos para las familias y además se generan espacios de recreación para la comunidad en general, como también a quienes son beneficiarios directos del sector primario de la economía, en calidad de consumidores, ya que, la producción obtenida mediante técnicas agro ecológicas (Buenas Prácticas Agrícolas), no solo mantienen la calidad estética del producto (color, olor, forma, tamaño) sino que también son superiores en lo referente a la calidad interna del mismo, al no contener residuos tóxicos que afecten la salud humana y animal.

El principal objetivo es mostrar una nueva forma de generar más ingresos para los productores rurales y agro emprendedores que rompan los esquemas sociales actuales, políticos, educativos y de turismo informal, que posibilite a las personas directamente involucradas en él (asociados de Fondecor, Proteagro, Vidasol y Coredi) generar sus propios ingresos, aprovechando las dos granjas ubicadas en el Municipio de El Peñol.

Para ello se plantea generar una estructura turístico empresarial como es un “Operador Turístico” en la que los asociados a través de una junta directiva planifiquen y ejecuten todas las actividades necesarias para ofrecer el servicio de agroturismo moderno y desarrollen competencias transversales en torno al emprendimiento y de esta forma generen esquemas productivos, promocionales, de generación de valor agregado y de sostenibilidad económica, que se vinculen a los planes turísticos de la región gracias al manejo empresarial.

A su vez la estructura turístico empresarial “Operador Turístico” busca darle autonomía administrativa y dinamizar procesos productivos en las dos granjas

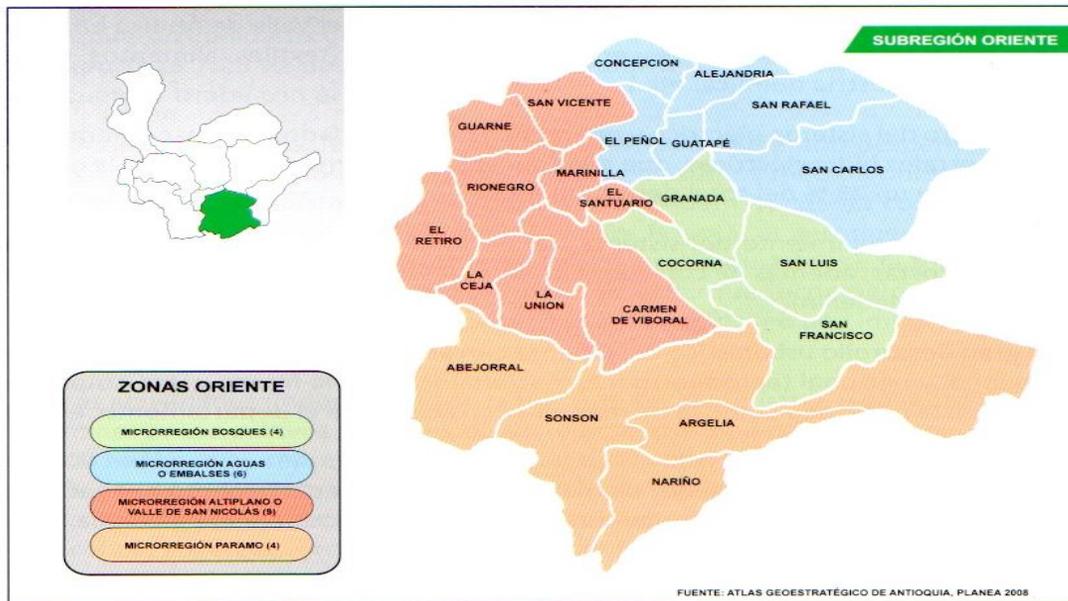
aprovechando el entorno, los espacios rurales y naturales implementando opciones innovadoras, productivas y sostenibles a través de modelos de formación pedagógica, dirigido a sus asociados y visitantes.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1. Generalidades de la Subregión del Oriente Antioqueño

El Oriente Antioqueño lo componen 23 municipios y hace parte de las nueve subregiones en las que está dividido el departamento de Antioquia, tiene un área territorial de 7021 Km cuadrado, equivalente a 702100 Has, las cuales representan el 11% del territorio departamental y el 0,6% del área del país. Su principal riqueza son los recursos naturales que la caracterizan por ser la despensa agrícola de Antioquia y la Costa Atlántica. En la actualidad muchas industrias que estaban ubicadas en el Valle del Aburrá se han desplazado a esta región y se han dado cambios en el uso del suelo por la migración de muchas familias ciudadinas a la zona, lo cual ha tenido efectos positivos como: el incremento del turismo y generación de empleo y negativos como: reducción del área agrícola, de bosques de reserva.

Mapa 1. Caracterización de la subregión Oriente Antioqueño



Mapa de generalidades del oriente antioqueño

La región es el epicentro de la generación energética nacional, con seis embalses y cinco centrales hidroeléctricas las cuales generan aproximadamente el 30% de la energía nacional y el 73% de la energía departamental. La región cuenta con una infraestructura vial, el aeropuerto José María Córdoba, una zona franca.

La región tiene una población cercana a 540184 habitantes de acuerdo al censo de 2005 realizado por el DANE, convirtiéndose en la segunda subregión más poblada del departamento después del Valle del Aburra. El 45% habita en áreas urbanas y el 55% en áreas rurales, además tiene una alta población joven menor de 14 años cercana al 34%.

- Economía

La población económicamente activa se ocupa en el sector primario el 57,3% en actividades agropecuarias, silvicultura, pesca, y extracción de minerales; el sector secundario 8,5% que laboran en la industria manufacturera y de la construcción; y

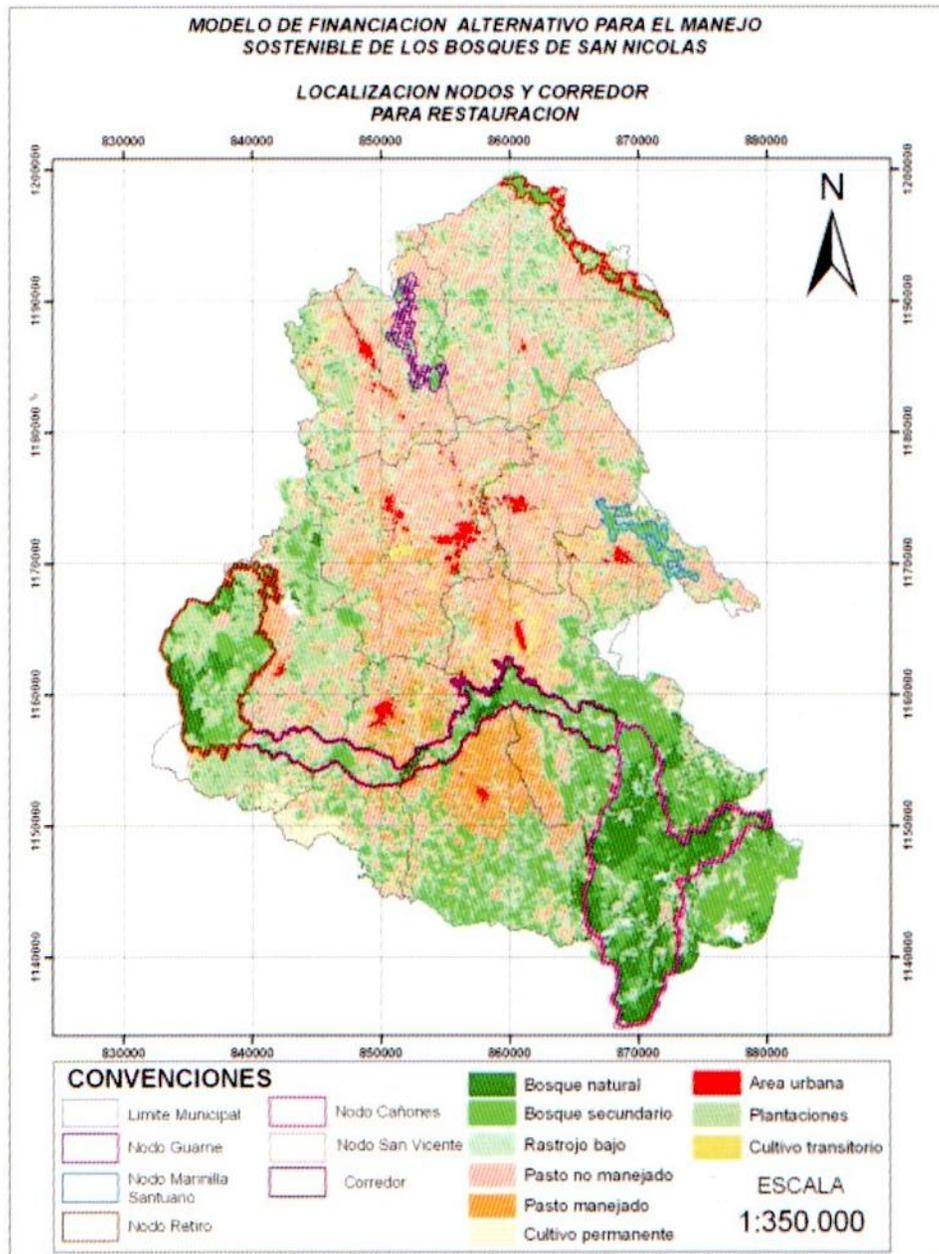
el sector terciario el 34,2% que desarrollan actividades comerciales, servicio y turismo.

La zona aporta al PIB departamental el 7,28% después del Valle del Aburrá con el 71,66% y en tercer lugar Urabá con el 7,07%.

Las actividades más importantes de la región son la floricultura, el sector agropecuario, la industria y en menor escala la minería. El área bajo invernaderos es de 600 Has aproximadamente lo que equivale al 12% de la flor nacional y al 90% de la flor departamental. El 95% de la flor es cultivada con fines de exportación, la actividad industrial se ubica en el corredor de la Autopista Medellín Bogotá se destacan el sector de textiles, industria de alimentos, papel, químicos y metalmecánica.

Mapa 2. Localización de corredores para restauración.

Manejo sostenible de bosques de San Nicolás



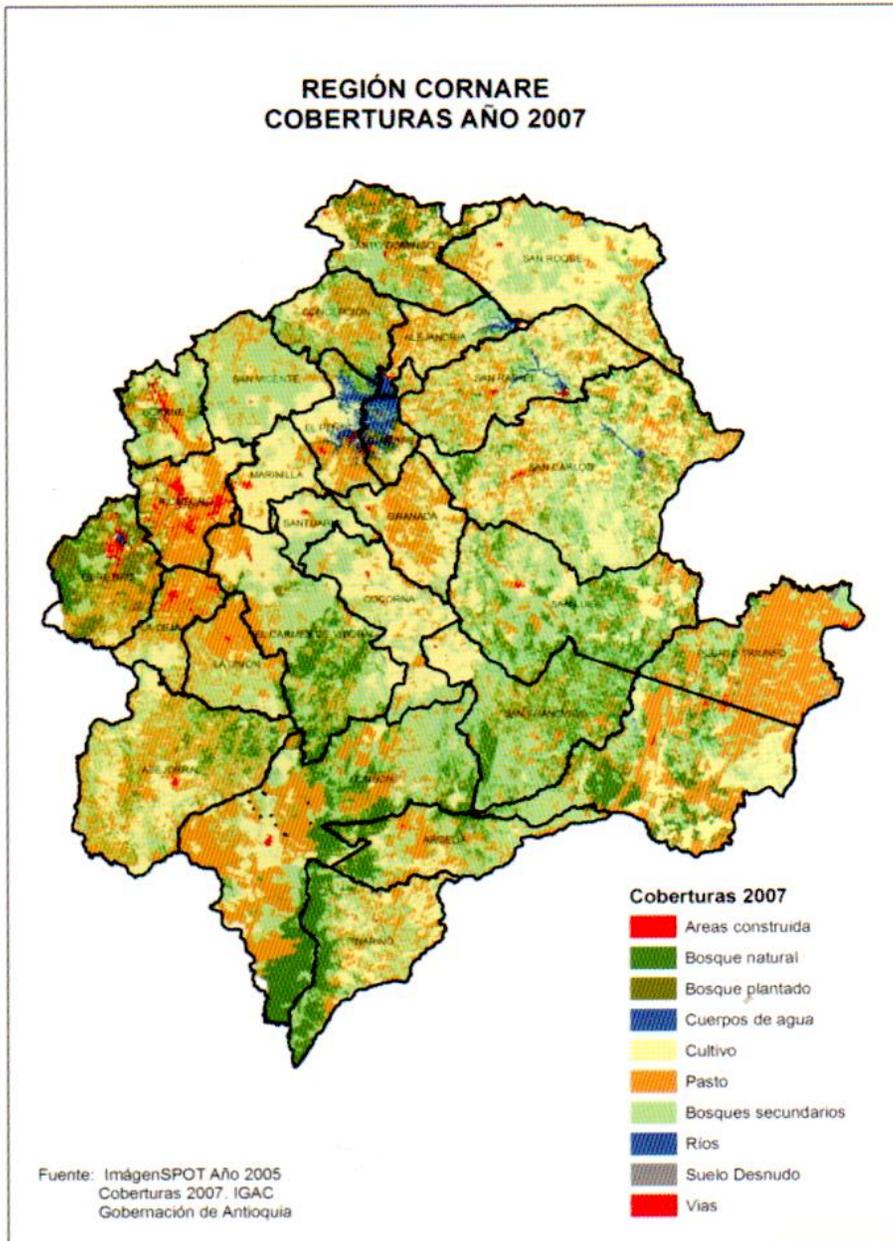
Fuente: Proyecto de “Modelo de financiación alternativa para el manejo sostenible de los bosques de San Nicolás”, Cornare, 2007

- Referentes Físicos y Ambientales

La subregión tiene un 26,1% de su territorio en clima cálido, el 35,4% en clima medio, el 36,2% en clima frío y el 2,3% en clima páramo. La pluviosidad va de los 800 mm en el cañón del río Arma hasta 5000 mm en la zona de Santa Rita del Embalse Peñol Guatapé.

Las zonas de vida de la subregión son bosque húmedo y muy húmedo tropical (considerado el ecosistema más productivo, escaso y presionado del planeta), bosques de niebla y ecosistemas de páramo, los cuales son muy escasos a nivel mundial y muy apreciados por los turistas extranjeros.

Mapa 3. Usos actuales del suelo, Oriente Antioqueño



Fuente: Imagen de satélite SPOT año 2005, SIAR Cornare (Tomado de Cornare, PGAR, 2008)

Mapa 4. Vías del oriente antioqueño



Fuente. Elaboración propia, Equipo Técnico PSRT, 2008

- Vías

El Oriente posee el 22,1% (2742 Km) de las vías totales del departamento lo que equivale a más de la quinta parte del total, de las cuales el 21,36% están pavimentadas y corresponde a un 18% de las vías primarias de todo el departamento. La red total del Oriente Antioqueño es de 1218,73 Km, la segunda más extensa luego del Suroeste de los cuales 378,73 corresponden a vías nacionales, la subregión que tiene más vías nacionales del departamento. Los 840 Km restantes corresponden a vías departamentales de los cuales 172 Km están pavimentados.

El aeropuerto José María Córdova está a 35 kilómetros. Todas sus veredas cuentan con escuela donde se imparte educación básica primaria y sus

instalaciones sirven también para el programa educativo SETA, cuya modalidad es agropecuaria y semi-presencial.

En la zona urbana existe la institución educativa “León XIII donde actualmente estudian 2800 jóvenes y un anexo donde estudian adultos CI La Milagrosa.

La institución COREDI desarrolla diferentes programas técnicos y tecnológicos en alianza con el SENA, Uniminuto y Unitolima.

La infraestructura en salud está compuesta por 29 clínicas y hospitales, 9 centros de salud, 50 puestos de salud. La dotación general es buena de acuerdo con los indicadores departamentales. En la actualidad se construye el Hospital Universitario San Vicente de Paúl de Rionegro proyectado finalizar en el 2010. La región por su auge turístico y su tranquilidad, es ideal para desarrollar proyectos de clínicas para sector estético y cosmético.

En la región están asentadas diferentes instituciones educativas como: La Universidad de Antioquia, La Universidad Católica de Oriente, EAFIT, UPB, La Fundación Universitaria COREDI, SENA, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid las cuales cuentan con sedes en algunos municipios y otras que tienen programas semi presenciales como la UNAD (Universidad Nacional Abierta y a Distancia), Universidad Santo Tomás y la Universidad Luis Amigó.

Algunas de estas instituciones destacándose entre ellas el SENA tienen programas de formación técnica y tecnológica en: Cocina nacional e internacional (Chef), Guía Turística, Administración Hotelera, Barman, Meseros, Administración de Procesos Recreativos y Turísticos, Alojamiento y Operación de Reservas y Venta de Servicios Turísticos, y la Universidad de Antioquia tienen el programa de

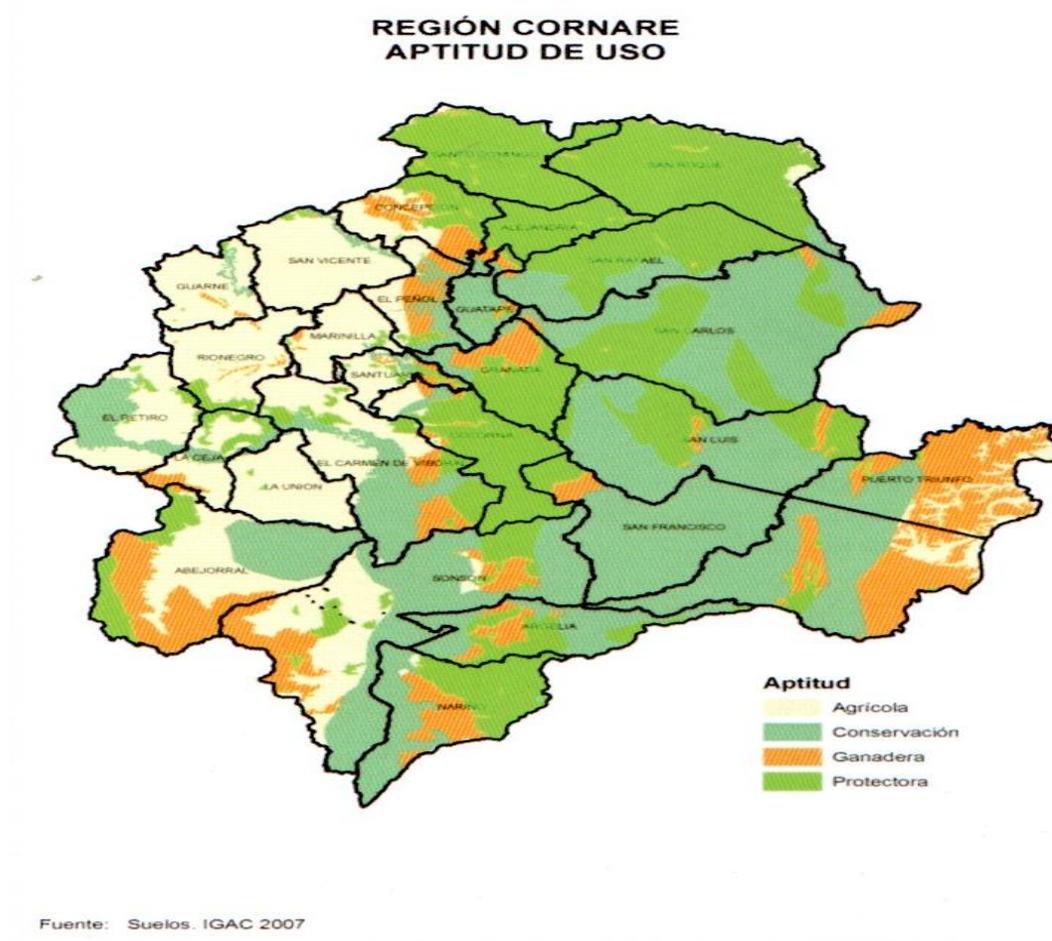
Ecología y Turismo. Otras instituciones como Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y Cetasdi imparten formación en turismo.

El promedio de analfabetismo es del 11,3% afectando principalmente los pobladores rurales.

Los servicios públicos son deficientes en las zonas de mayor proyección de desarrollo turístico, como es la zona rural, ya que las administraciones municipales no habían calculado el potencial de desarrollo en lo turístico y por lo tanto la inversión en este sentido ha sido mínima.

Un fenómeno que afectó altamente la vocación productiva de la zona y la cultura local fue la construcción de los embalses, lo que inicialmente se tomó como un desarraigo de la población, pero que con el tiempo se ha convertido en un potencial de desarrollo turístico que actualmente está generando muchos empleos y sub-empleos por la prestación de servicios turísticos y el comercio de artesanías y la venta directa de productos agropecuarios de la zona.

Mapa 5. Usos potenciales del suelo. Oriente Antioqueño



Fuente: Suelos IGAC, 2007 (Tomado de Cornare, PGAR, 2008)

Hay cerca de 426400 Has de áreas protegidas como zonas de reserva o manejo especial de acuerdo a las políticas de la Corporación Autónoma Regional CORNARE, que actualmente está vendiendo a los países desarrollados la producción de oxígeno de estas áreas protegidas y fomentando la cultura de conservación entre los pobladores rurales por medio de proyectos de formación como guardabosques y ecoturismo.

Tabla 3. Áreas protegidas de la corporación ambiental “Cornare”

MUNICIPIOS	ÁREA PROTEGIDA	CATEGORÍA DE MANEJO	DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROTEGIDA	EXTENSIÓN (Has)
Abejorral	Bosque Seco Tropical		Ecosistema en riesgo	3.596,13
Argelia, Nariño, Sonsón	Páramo - corredor boscoso de mayor calidad biológica	Zona de Reserva Forestal Central		264.594,97
Argelia, Nariño, Sonsón	Zona de Páramo	Zona de Reserva Forestal Central	Hace parte de la cordillera central. Importancia hídrica, ecosistemas de montaña, diversidad de flora y fauna. Ubicado en las zonas de vida bosque muy húmedo montano bajo y bosque pluvial montano.	21.396,79
Cocorná, San Luis, San Carlos	Cordillera Cocorná, San Luis, San Carlos		Belleza paisajística, alta biodiversidad	3.667,45
El Peñol, Guatapé, Alejandría, Concepción, San Rafael	Embalse Peñol -Guatapé	Distrito de Manejo Integrado y Área de Recreación	Por sus características y funciones, los embalses y sus alrededores son áreas de manejo especial, cada embalse está enmarcado dentro del plan de manejo de las cuencas aportantes y el área embalsada. Zona de vida BHMB	19.704,90
El Retiro, Guarne, Medellín	Reserva Nare	Reserva Forestal Nare	En el área de Cornare hace parte de la cuenca alta del río Negro - Nare, que le da el nombre a esta reserva. Comprende alturas que varían entre los 2250 a 2850 m.s.n.m en las zonas de vida bosque húmedo y muy húmedo Montano Bajo.	14.043,29
El Retiro	San Sebastián La Castellana	Reserva Especial	Contiene Bosques nativos y plantados. Corresponde a la zona de nacimientos de agua que van al embalse la Fe. Gran diversidad de aves. Ubicada en las zonas de vida bosque húmedo y muy húmedo Montano Bajo.	173,34

Guarne, Medellín	Parque Piedras Blancas	Reserva Forestal Protectora de Piedras Blancas	Zonas de vida bosque muy húmedo montano bajo.	20,43
Guatapé, San Rafael	Reserva Forestal	Distrito de Manejo Integrado y Área de Recreación	Esta zona se encuentra localizada en las zonas de vida bosque húmedo montano bajo, bosque muy húmedo premontano, bosque pluvial montano bajo y premontano.	16.244,54
La Ceja del Tambo, Rionegro	Cerro El Capiro	Zonas de Protección	Belleza paisajística y mirador. De importancia hídrica por la cantidad de nacimientos de fuentes, ubicado en la zona de vida bosque húmedo montano bajo.	1.000,25
La Unión, El Carmen de Viboral	Cuchilla La Unión - El Carmen de Viboral	Zonas de Protección	Alta biodiversidad en especial de orquídeas; allí nacen ríos de importancia en las cuencas del río Santo Domingo y río Negro. Ubicada en las zonas de vida bosque húmedo montano bajo.	4.646,43
Puerto Triunfo, Sonsón	Ciénaga y llanuras de inundación			20.311,77
San Carlos	Cañón Samaná Norte		Belleza Paisajística, de grandes escarpes y bosques naturales	3.795,17
San Rafael, San Roque, San Carlos	Cañón Río Nare		Belleza Paisajística, de grandes escarpes y bosques naturales	7.194,02
San Luis	La Tebaida		Belleza paisajística, alta biodiversidad	1.342,66
San Luis, Puerto Triunfo, San Francisco, Sonsón	Zona mármoles y calizas		Belleza paisajística, alta biodiversidad, cavernas de guácharos	4.664,92
San Luis, Puerto Triunfo, San Francisco, Sonsón	Cuenca Río Claro		Belleza paisajística, alta biodiversidad, cavernas de guácharos	40.000,00
TOTAL				426.397,07

Fuente. Corporación Autónoma Regional Rionegro-Nare "CORNARE"

- **Recursos Culturales con Potencial Turístico**

El Ministerio de Cultura determinó como bienes de interés cultural nacional en el oriente Antioqueño los siguientes sitios:

Tabla 4. Bienes declarados de interés cultural de carácter nacional - monumento en el oriente antioqueño

Nombre del bien	Grupo	Categoría	Uso actual	Fecha de construcción histórico	Nivel de declaración	Observaciones
Centro Histórico del Municipio de Abejorral	Patrimonio Urbano	Sector urbano de interés		Siglo XIX	Bien de interés Cultural de Carácter Nacional	
Centro Histórico del Municipio de Concepción	Patrimonio Urbano	Centro Histórico		1744-1757 – Siglo XVIII – Colonial	Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional	Sector Urbano y Área de Influencia Delimitada
Capilla de Nuestra Señora de Chiquinquirá	Patrimonio Arquitectónico	Iglesias	Museo	1818. Siglo XIX-Colonial	Monumento Nacional (D)	
Colección de Obra Muelle de la Capilla	De carácter artístico y de carácter utilitario				Monumento Nacional (D)	Museo y Panteón de Hombres Ilustres de

Nombre del bien	Grupo	Categoría	Uso actual	Fecha de construcción histórico	Nivel de declaración	Observaciones
de Nuestra Señora de Chiquinquirá						La Ceja. Incluye colección de Bienes Muebles
Sector Antigo de Marinilla	Patrimonio Urbano	Sector Antigo		1709- Siglo XVII – Colonial	Monumento Nacional (D)	Sector Urbano delimitado
Sector Antigo de Rionegro	Patrimonio Urbano	Sector Antigo		1663- Siglo XVII – Colonial	Monumento Nacional (D)	Sector Urbano delimitado
Estación del Ferrocarril La Miel	PATRIMONIO ARQUITECTONICO	Estaciones del Ferrocarril			Monumento Nacional (D)	Pertenece al Conjunto Patrimonial de orden Nacional de las Estaciones de Pasajeros del Ferrocarril. Siglo XIX-XX

Sin embargo existen otros recursos culturales que son destacados y que aún no han sido declarados como bienes de interés cultural como por ejemplo la

producción artesanal (artículos en guadua y fique), algunos festivales, el patrimonio arqueológico y los caminos prehispánicos. Entre estos se destacan la Escultura Ave Fénix (El Peñol), Casa Museo de los Abuelos (Sonsón), Sala museo (Cocorná), El Templo (Alejandría), Calle del Recuerdo (Guatapé), Templo (El Retiro), Cascadas (San Carlos), Embalse Peñol Guatapé, Bosques Nativos (San Rafael), El Cañón del Río Claro (Puerto Triunfo), Casa Museo de la Convención (Rionegro).

Tabla 5. Potencialidades Embalses o Aguas

Municipio	Tipología de turismo	Economía principal	Actividades turísticas asociadas
El Peñol	Acuaturismo y turismo histórico-cultural	Producción agrícola: tomate, frijol, café y otros como habichuela, mora, pimentón, repollo y zanahoria. Generación de energía	Actividades asociadas al agua, como deportes nauticos o actividades recreativas, recorridos histórico – culturales (réplica del Viejo Peñol, museos), peregrinaciones religiosas y actividades asociadas a la vivencia de experiencia relacionadas con la producción agrícola
Guatapé	Acuaturismo y turismo cultural	Turismo, pesca, comercio. Generación de energía	Actividades asociadas al agua, como deportes náuticos o actividades

Municipio	Tipología de turismo	Economía principal	Actividades turísticas asociadas
			recreativas y de ocio. Recorridos histórico – culturales donde se resalta la arquitectura y la estética de los zócalos, visitas al museo histórico y monasterios. Recorridos en el espacio natural y disfrute del paisaje natural asociado al embalse y los monolitos
San Carlos	Acuaturismo, ecoturismo y agroturismo	Cultivo de café, etc., ganadería y explotación maderera. Generación de energía	Actividades asociadas al agua, como deportes de aventura y recreativas, senderismo, interacción con productores agropecuarios.
San Rafael	Acuaturismo, agroturismo y ecoturismo	Producción de caña y panela, café, yuca y plátano, piscicultura; extracción de oro;	Actividades asociadas al agua, pesca deportiva y recreativa. Disfrute del paisaje

Municipio	Tipología de turismo	Economía principal	Actividades turísticas asociadas
		ganadería. Generación de energía	cultural y natural asociado al embalse y los ríos. Recorridos agroturísticos relacionados con el caficultivo y la producción panelera. Senderismo
Granada	Agroturismo	Producción agropecuaria: frijol, maíz, caña panelera, papa, café y hortalizas; ganadería	Actividades agroturísticas relacionadas con la producción de caña panelera, café y ganadería. Senderismo
Concepción	Turismo histórico – cultural, acuaturismo	Producción agropecuaria: frijol, papa, caña panelera y fique; ganadería doble propósito.	Actividades histórico-culturales como recorrido arquitectónico (centro histórico declarado bien de interés cultural nacional) e histórico (José María Córdova). Actividades en espacios naturales y rurales como

Municipio	Tipología de turismo	Economía principal	Actividades turísticas asociadas
			senderismo, cabalgatas, baño en los ríos y pesca.
Alejandría	Acuaturismo, ecoturismo y agroturismo	Producción de café, caña de azúcar, fique y frijol. Ganadería y extracción de oro.	Actividades acuáticas, de aventura y recreativas. Senderismo. Actividades agroturísticas relacionadas con la producción de café, caña y fique.

Fuente. Elaboración equipo técnico PSRT basados en PBOT municipales, anuario estadístico de Antioquia, páginas web municipales y Planes Locales de Turismo, 2008

Microrregión de Páramo: Conformada por los municipios de Sonsón, Argelia, Nariño y Abejorral

Tabla 6. Potencialidades Páramo

Municipio	Tipología de turismo	Economía principal	Actividades turísticas asociadas
Abejorral	Turismo histórico – cultural, agroturismo y ecoturismo	Producción de café, plátano y papa; ganadería	Recorrido centro histórico (declarado bien de interés nacional). Agroturismo

Municipio	Tipología de turismo	Economía principal	Actividades turísticas asociadas
			alrededor de la cultura cafetera. Recorridos a caballo para disfrute del paisaje natural y cultural. Senderismo
Argelia	Agroturismo y ecoturismo	Producción de café, caña, madera y cacao; ganadería	Actividades agroturísticas relacionadas a la producción de café, caña y cacao. Actividades contemplativas (teleférico) y de esparcimiento relacionadas a los atractivos naturales, senderismo (ecosistema páramo)

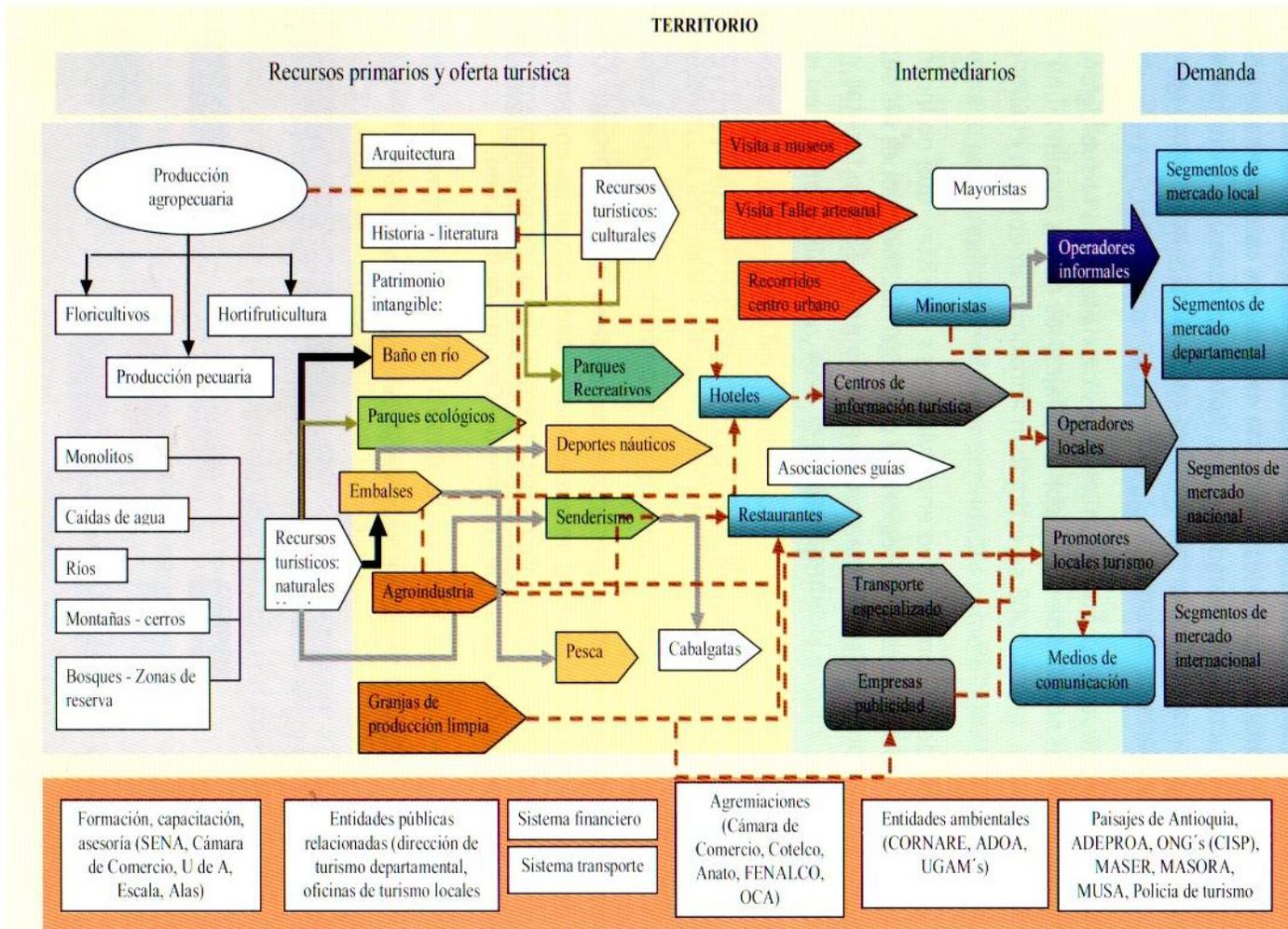
Tabla 7. Capacidad de alojamiento y alimentación del Oriente Antioqueño por microrregiones

MUNICIPIO/MICRORREGIÓN	SERVICIO ALOJAMIENTO				SERVICIO DE ALIMENTACIÓN		
	No.	Hab.	Cabañas	Camas	No.	Sillas	Mesas
El Carmen de Viboral	7	ND	ND	432	13	1200	ND
El Retiro	3	15	10	ND	4	444	ND
El Santuario	2	ND	ND	69	11	417	86
Guarne	3	ND	ND	260	4	340	ND
La Ceja del Tambo	11	39	40	508	15	885	ND
La Unión	6	ND	ND	330	6	277	ND
Marinilla	8	118		305	17	1071	183
Rionegro*	36	309		1038			ND
San Vicente	3	30		87	7	209	60
ALTIPLANO	79	511	50	3.029	77	4.43	329
Cocorná	9	ND	ND	435	43	1571	ND
San Francisco	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
San luís	5	ND	ND	147	3	123	ND
BOSQUES	12	0	0	582	46	1.694	0
El Peñol	7	71	ND	172	7	450	ND
Granada	2	17	ND	ND	ND	ND	ND
Guatapé *	30	300	ND	875	11	965	ND
San Carlos*	8	44	ND	50	ND	386	97
San Rafael*	14	ND	ND	ND	2	ND	ND
Alejandría	5	59	ND	94	5	253	60
Concepción	4	25	ND	63	5	147	ND
AGUAS (EMBALSES)	70	516	0	1.254	30	2.201	157
Abejorral	4	ND	ND	101	6	186	99
Argelia	4	ND	ND	225	3	105	ND
Nariño	6	80	ND	ND	ND	ND	ND
Sonsón	8	98	ND	300	5	375	ND
PÁRAMO	22	178	0	626	14	666	99
TOTAL	183	1.205	50	4.865	167	9.404	585

Fuente. Información administraciones municipales, Planes Locales de Turismo y Dirección Sistema de Indicadores del Departamento Administrativo de Planeación.

* No se dispone de información sobre capacidad de todos los hoteles de Rionegro, Guatapé, San Carlos y San Rafael

Figura 21. Encadenamiento turístico actual del Oriente Antioqueño



La economía campesina se ha visto enfrentada a asumir la competencia de sus rentas con las de la “industria del ocio”, o la presencia de fincas de veraneo en su territorio, generándose procesos de resistencia y descomposición, debido a que no ha habido una planeación que logre articular estas dos actividades (agropecuarias y de veraneo) con el propósito de lograr un crecimiento económico y un desarrollo social que tenga en cuenta las restricciones y potencialidades de su población y entorno natural.

Distribución del Suelo en el Municipio de El Peñol

• Bosque:	4158.48	Hectáreas
• Redes viales hídricas:	198.55	Hectáreas
• Potrero:	5217.08	Hectáreas
• Cultivos:	2346.47	Hectáreas
• Tierra eriales	7.83	Hectáreas
• Cuerpo de agua	2591.44	Hectáreas
• Construcciones:	296.35	Hectáreas

Actualmente el sector primario de la economía no tiene un enfoque turístico, aunque es un insumo muy importante para el desarrollo del mismo, por dos razones: La primera porque los productores primarios son los proveedores de insumos para las empresas turísticas del sector secundario y terciario; empresas como agroindustrias, artesanías, hoteles, restaurantes y prestadores de servicios turísticos. La segunda porque la misma producción primaria puede llegar a convertirse en recurso turístico, a través de las granjas de producción limpia, cultivos como café, caña de azúcar, flores, hortalizas y frutales entre otros (1).

No existe aún un servicio de transporte especializado al servicio del turismo excepto en Guatapé, San Carlos y San Rafael, donde los moto-taxis sin ninguna condición de seguridad prestan el servicio de tours por estos sitios. En la región

hace falta una propuesta con el fin de implementar una estrategia de transporte para el turismo, que sea coherente con los productos turísticos ofertados.

- Organización social

La subregión presenta el 27% de su población con NBI y un 45% en miseria, por debajo de las otras subregiones, pero con cifras muy preocupantes aún. La influencia de la parroquia sobre todos los aspectos de la vida llegó también a las acciones comunales, las cuales se pueden considerar como el resultado de esta acción eclesiástica en el campo, las acciones comunales no se constituyen como medio para emprender proyectos comunitarios solo para las actividades tradicionales como apertura de carreteras, reparación de la escuela, no poseen capacidad administrativa.

Con base en los datos de los censos desde 1969 hasta 1993 la Subregión del Oriente del departamento se caracterizaba como rural así: En 1964 era de predominio rural con un 66.12 % del total de la población, duplicando la población urbana que representaba el 33.87%, de allí que se pueda decir que era una subregión con predominio rural y características predominantemente rurales. En el censo de 1973 se evidencia un cambio de la población según zonas de geográficas y cambio significativo en la vocación laboral de la misma, la población dedicada a las actividades agropecuarias, comienza a mostrar interés por la actividad industrial, generada probablemente por el asentamiento de las primeras industrias en la región (Textiles Rionegro, Textiles Córdoba, y Pepalfa). Población de la subregión era 57.36% rural y la población urbana el 42 % sobre el total de la población. Según el plan de acción de CORNARE para el 2004 esta relación se había invertido totalmente, pues para este año el 45% era urbano y el 46% rural y para el 2006 seguirá aumentando este porcentaje en un 1%, para llegar a un 55% la población urbana.

- **Generalidades**

Año de fundación: 1714

Año de erección: 1774

Nombres: San Antonio Del Remolino, San Antonio De El Peñol

Municipio De El Peñol

Gentilicio: Peñolense

Apelativo: Paraíso Turístico De Antioquia Y “La Fénix De Antioquia”

Población: 16.177 Habitantes

Altura en la cabecera municipal: 2000 m.s.n.m

- **Embalse Peñol- Guatapé**

En la década de los 20's el crecimiento industrial de Medellín y el valle de aburrá, obligó a que se volcaran las expectativas de suministro de energía en la cuenca del Río Nare, para la construcción del embalse hidroeléctrico de Peñol - Guatapé. En 1957 se hicieron los estudios definitivos y en enero de 1961 se le informó oficialmente a la comunidad de El Peñol que su área urbana y algunas veredas serían inundadas. En 1969 se logró la firma de un contrato Maestro en el que se comprometía EPPM a construir la nueva cabecera. En 1978 se trasladan las primeras familias a la nueva cabecera y se da paso al embalse más grande con 64 km², con la pérdida de 3261 Has cultivadas del Municipio de El Peñol y en Guatapé 3835 Has. La hidroeléctrica almacena 1220 millones de metros cúbicos en 6365 hectáreas, generando un equivalente al 30% de la energía que consume el país. (7)

- **Ubicación del proyecto**

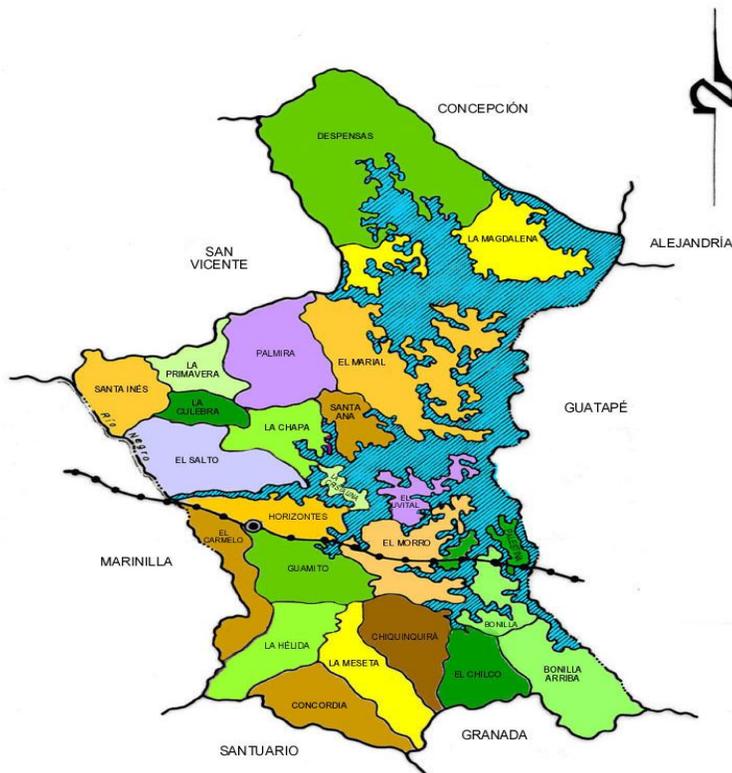
El proyecto se desarrollará en el municipio de El Peñol que está localizado en el Nor-occidente Colombiano, en el Oriente sobre la Cordillera Central de la subregión del Oriente Antioqueño, en el área de influencia del río Nare. El municipio tiene un área de 143 Km², distancia desde Medellín es 76 Km y se

ubica a una altura de 1950 msnm, con una temperatura promedio de 19 °C, 2350 mm de lluvia anual, cuenta con 24 veredas, la zona urbana está conformada por nueve sectores, la economía del municipio se basa en la producción de tomate chonto, café, pimentón, papa, frijol, maíz y algunos frutales (mora, lulo, uchuva, tomate de árbol y aguacate).

- **Vías**

El municipio de El Peñol, tiene sus vías primarias pavimentadas y una amplia red de vías secundarias y terciarias que facilitan la movilidad de sus habitantes y productos. Limita con los municipios de Guatapé, Alejandría, Concepción, San Vicente, Marinilla, El Santuario y Granada.

Mapa 7. Límites municipio El Peñol



- **Economía**

El municipio de El Peñol, ha basado su economía en la agricultura, sufriendo esta actividad un cambio drástico en la década del 70 cuando se construyó el embalse Peñol - Guatapé, pues el mega-proyecto hidroeléctrico trajo consigo una serie de situaciones que afectaron en muchos aspectos las condiciones de vida de los Peñolenses, entre ellos podemos resaltar:

- Reducción de territorios municipales destinados a la agricultura y a la ganadería.
- Cambios en la tenencia de la tierra de latifundio a minifundio.
- Modificación ecológica y paisajística del hábitat natural.
- Movilización forzada y masiva de personas y familias. Procesos migratorios de población.
- Reducción del potencial de utilización de los recursos naturales.
- Enajenación obligada de muchos inmuebles rurales y de la totalidad de inmuebles urbanos. (7)

Fue inundado su territorio en un 35% (3261 Ha) para la generación de energía hidroeléctrica, construyendo el embalse Peñol- Guatapé y con ello, inundando las tierras bajas más fértiles pero mejorando el paisaje, lo cual ha favorecido el desarrollo de la industria turística. El municipio de El Peñol se caracteriza porque todas sus veredas tienen una suficiente infraestructura vial de condiciones regulares que permite sacar los productos del sector agropecuario hasta los mercados sin que sufran demasiado deterioro en el transporte, adicionalmente su climatología y sus suelos son adecuados para el establecimiento de diferentes cultivos, una vez se haga la capacitación técnica correspondiente, y se les brinde alternativas agro ecológicas que sean amigables con el ambiente y la salud, además de poco costosas.

Las micro cuencas y quebradas del municipio tienen grandes fluctuaciones en los caudales debido a la falta de vegetación en las zonas altas y medias; esto por motivos de la ampliación de la frontera agrícola y ganadera. Es así como los suelos de las pendientes más fuertes se ven sometidos constantemente a problemas erosivos causados por el agua, el viento, inadecuadas prácticas agrícolas y la ganadería de ladera, perdiendo día a día su capa vegetal y por tanto su fertilidad natural. Hecho que ocasiona que los productores inviertan gran cantidad de sus recursos en fertilizantes de síntesis química que por su alto costo hace poco rentable las actividades del agro. Los métodos tradicionales de producción además de agotar y contaminar los recursos naturales son muy costosos afectando en forma directa la salud humana, animal y ambiental, y la economía familiar. Pero con la construcción del embalse el paisaje fue transformado favorablemente para el turismo pero las condiciones climáticas variaron desfavorablemente para los cultivos haciendo poco rentable esta actividad. Por lo tanto, se trata de aprovechar el paisajismo que combinado con las actividades agropecuarias permitan una mayor generación de ingresos y promueva la creación de nuevos empleos. Según datos de planeación departamental en el 2003, el municipio de El Peñol poseía niveles de pobreza alrededor del 72,9 % y en línea de miseria 7,8% de su población.

El municipio y mucho menos la subregión han consolidado un producto y/o destino que las identifique, no hay articulación de atractivos, servicios y tejido institucional, las oficinas de turismo trabajan de manera individual y poco concertada. Se nota la falta de productos y paquetes turísticos en los municipios y la subregión; que estén debidamente estructurados y con canales de comercialización adecuados. También faltan operadores turísticos locales y regionales.

El sector terciario ocupa el segundo renglón en la economía del municipio, donde la actividad más importante es el comercio, en el municipio se cuenta en la actualidad con 562 establecimientos, registrados en la dirección financiera.

La actividad comercial y de servicios se concentra básicamente en el área urbana donde existen 520 establecimientos comerciales, mientras que el área rural existen 42 y los servicios financieros son atendidos por el Banco Agrario de Colombia como única entidad bancaria existente en el municipio.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Rediseñar la infraestructura física, administrativa y técnica de dos granjas agro turísticas ubicadas en el Municipio de El Peñol

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Rediseñar las infraestructuras físicas de las dos granjas para la prestación de servicios agro turísticos de calidad.
- Desarrollar la estructura administrativa (financiera, logística, técnica y operativa) de las dos granjas, como sistemas de prestación de servicios agro turísticos.

6. METODOLOGÍA

6.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

En la subregión existen bajos niveles ingresos de la población, cuya principal fuente es la producción primaria de alimentos. El municipio de El Peñol según el último censo su población se caracteriza en el aspecto productivo así:

Tabla 8. Productividad población

ACTIVIDAD ECONÓMICA	NÚMERO	PORCENTAJE
No trabaja	13.537	75.67
Empleado u obrero particular	2.034	11.37
Trabajador por cuenta propia	1.784	9.97
Trabajador familia sin remuneración	293	1.64
Empleado u obrero del gobierno	71	0.39
Empleado doméstico	151	0.84
Patrón o empleador	19	0.12
Total	17.889	100

6.2 OBJETIVOS

El modelo como tal pretende mostrar a propios y turistas cómo es posible generar bienestar a las familias rurales aprovechando la oferta paisajística, los recursos naturales y las formas tradicionales de producción integradas a tecnologías limpias:

- Así como, la generación de empleo familiar y comunitario.
- El fortalecimiento de redes de comercialización del producto familiar implementando estrategias como el trueque y la venta directa a los visitantes.
- Mejorando la balanza de ingresos de productores y consumidores

- Invirtiendo en mejorar la vivienda rural y las infraestructuras productivas, haciendo uso de los recursos de la zona, disminuyendo con ello los costos, lo cual redundará directamente en la calidad de vida del grupo familiar comprometiéndolos más con la propuesta agro turística.
- Mantener una producción de pan coger para mejorar la seguridad alimentaria y de esta forma poder mercar en la finca como lo hacían anteriormente los abuelos.
- Procesar alimentos para el autoconsumo y la venta local (Transformación primaria de alimentos)
- Ganar equidad en las relaciones mercantiles, generando nuevos canales de mercadeo y de valor agregado.(4)

6.3 BENEFICIOS DEL PROYECTO

- Se formalizan las dos granjas administrativamente.
- Se amplía la oferta hotelera en el municipio de El Peñol.
- Se diversifica la oferta turística a través del agro-turismo
- Se racionaliza la aplicación de insumos agroquímicos que producen contaminación ambiental y afectan la salud humana y animal.
- Se fomenta la diversificación de la producción agropecuaria en el municipio.
- Se genera valor agregado en los productos agropecuarios a través de la agroindustria
- Se hacen rentables las actividades productivas del campo, al combinarse con la prestación de servicios turísticos
- Se disminuye la dependencia de insumos externos para la producción agropecuaria
- Se genera empleo en las granjas
- Se genera y fortalece el tejido social.
- Se genera un nuevo modelo de desarrollo turístico en el municipio de El peñol

6.4 ACTIVIDADES

- Rediseñar la infraestructura física de las granjas
- Contratar asesoría para la formalización empresarial
- Capacitar el personal en turismo rural y atención al cliente
- Implementar programas de asistencia técnica a las dos granjas
- Fortalecer la agroindustria local y la producción de alimentos agroecológicos

6.5 ALTERNATIVAS

6.5.1 Análisis de alternativas

Con el fin de buscar el logro del objetivo general y teniendo en cuenta el árbol de problemas y el árbol de objetivos, se analizaron tres alternativas con sus respectivos programas:

- Alternativa 1: Rediseñada la infraestructura turística
- Alternativa 2: Incrementado el valor agregado de los productos
- Alternativa 3: Existe un adecuado aprovechamiento de los recursos de la zona

6.5.2 Selección

Con base en el nivel de gobernabilidad o de injerencia directa y la factibilidad de realizar en la vida real el proyecto, se decidió trabajar en la alternativa uno, propiamente en el “Rediseño de la infraestructura turística de la región”, ya que por pertenecer a la Corporación Ambientalista para el desarrollo agropecuario-PROTEAGRO filial de la Corporación Educativa para el Desarrollo Integral – COREDI, se tiene la oportunidad de presentar propuestas de proyectos que permitan generar empleos e ingresos para sus asociados, y una de las formas posibles para lograrlo es por medio de la implementación de este proyecto: “Propuesta de rediseño administrativo, técnico y de infraestructura física de dos granjas agroturísticas en el municipio de El Peñol”, esta oportunidad se fundamenta en que las granjas tienen una infraestructura básica para alojar turistas y además utilizan tecnologías de producción más limpia, tanto en lo

agrícola como lo pecuario, cuentan con personal capacitado y también con una planta de agroindustria.

- Alternativa seleccionada:
- **Rediseñada la infraestructura turística de la región**

Programa: Ampliada la oferta y diversificados los servicios turísticos de la zona de embalses del Oriente de Antioquia.

En algunos municipios de la región existen granjas que fácilmente pueden ser adecuadas en su infraestructura para convertirse en granja hoteles, gracias a la gran oferta de paisajes naturales, la cultura productiva agropecuaria.

6.6 PLAN DE OPERACIONES

Para la ejecución de este proyecto, es necesario el trabajo coordinado y en equipo del personal técnico de la corporación PROTEAGRO, los representantes de la Fundación Educativa COREDI, de Vidasol, Fondecor y COREDI con el fin de darle cumplimiento a las metas estipuladas en el término de tiempo establecido. Para la formalización del operador turístico que administrará las dos granjas como unidades productivas agroturisticas se necesita la asesoría de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño y del asesor jurídico de la Corporación COREDI. Adicionalmente, se programarán los talleres de capacitación con el personal administrativo y operativo de las granjas, como también se realizarán las giras a localidades y granjas del Oriente Antioqueño, para compartir las experiencias obtenidas en ellas y recuperar a través de los conversatorios el conocimiento ancestral y combinarlo con las innovaciones tecnológicas que apuntan a la producción más limpia y Buenas Prácticas Agrícolas, lo que nos permite hacer los respectivos ajustes técnicos en las parcelas, mediante la aplicación de metodologías de investigación participativa. Esto tiene como finalidad que el trabajo en equipo de los productores asociados a las granjas y los técnicos

produzcan estrategias innovadoras, pertinentes y socialmente justas, que se conviertan en insumo para dinamizar el desarrollo agropecuario.

La siembra de las parcelas se hará en forma escalonada para garantizar una oferta constante de los productos. El cultivo de aguacate, uchuva y lulo serán los productos principales a comercializar y los subsistemas de especies menores ayudarán a abastecer las granjas como también la comercializadora BIOVENTAS y en la producción de abonos necesarios para los cultivos.

6.7 POBLACION OBJETIVO

Con este proyecto se beneficiarán directamente estudiantes, empleados y egresados de COREDI y la fundación educativa, los asociados de PROTEAGRO, los asociados de Vidasol y Fondecor, además de los campesinos que serán contratados en las granjas y los turistas que tendrán la oportunidad de disfrutar las granjas.

6.8 METAS DEL PROYECTO:

- Formalizar y estructurar empresarialmente las dos granjas como un operador turístico.
- Rediseño de la infraestructura básica existente en las dos granjas para la prestación de servicios agroturisticos.
- Generar un proceso de capacitación en temas relacionados con BPA, BPM y el turismo, para la junta administrativa y los empleados del operador turístico

6.9 ACTIVIDADES

- Diseñar estructura administrativa y empresarial del operador turístico.
- Recibir asesoría técnica para la formalización empresarial.
- Rediseñar la infraestructura de las dos granjas.
- Capacitar al personal de las granjas en turismo rural y atención al cliente.
- Diseñar portafolio de servicios y plan de marketing.

- Implementar programas de asesoría empresarial
- Fortalecer la agroindustria a través de las BPM y las granjas a través de la implementación de BPA.

6.10. EJECUCION

La ejecución del proyecto estará a cargo del equipo técnico y administrativo de la empresa asociativa “operador Turístico” y se fundamentará en el cronograma de actividades propuesto en el software Project que se ajustará participativamente con el personal de la empresa asociativa y se basará en la planeación estratégica. Como “operador turístico” se hace necesario tener independencia y autonomía administrativa y por lo tanto, la propuesta es la de gestionar una sociedad mercantil de responsabilidad limitada, lo cual significa que los socios solo arriesgan el capital que colocan en la sociedad. Eso permite que la empresa “operador Turístico” tome riesgos sabiendo que patrimonio privado de sus socios está a salvo de cualquier percance que le ocurra a la sociedad, que será considerada legalmente como si fuese una persona distinta, por eso se le denomina *persona jurídica*.

Esta limitación de responsabilidad es una de las principales razones por las que cada vez hay más sociedades y menos empresarios individuales. Hay también un motivo fiscal, ya que la sociedad paga un impuesto máximo del 35%, mientras que el empresario individual puede llegar a pagar casi el 50%. La tercera gran razón es que aunar esfuerzos casi siempre da mejores resultados cuando planea y gestionan recursos.

Según la responsabilidad las sociedades mercantiles se dividen en:

Tabla 9. Sociedades mercantiles

Responsabilidad limitada	Responsabilidad normal
Limitadas	Civiles privadas

Anónimas	Comanditarias
Laborales	
Empresa Asociativa de trabajo EAT	
Cooperativas	

La empresa “Operador Turístico” para su funcionamiento necesita conformar una junta directiva y tener un gerente cuyo perfil de administrador y emprendedor le permita ejecutar paso a paso todas las actividades necesarias y planeadas para el logro del objetivo general del proyecto, aprovechando la oportunidad que en el momento se presenta ante la demanda de servicios turísticos de calidad y la necesidad que tienen algunas personas de capacitarse en temas de producción limpia o agroecológica.

Tabla 10. Cronograma de actividades propuesto

Actividades	Duración	Fecha inicio	Fecha de finalización
"Diseñar estructura administrativa, financiera y operativa para legalizar la empresa"	240d	Jue 7/1/10	Lun 6/20/11
Recibir asesoría técnica para la formalización	240d	Jue 7/1/10	Lun 6/20/11
Implementar programas de asistencia técnica	240d	Lun 1/03/11	Jue12/22/11
Fortalecer la agroindustria	240d	Lun 1/03/11	Jue12/22/11
Adecuación hotelera y de infraestructura física de las granjas	180d	Lun 1/3/11	Vie 9/23/11
"Senderismo, trazado y construcción de vías para peatones"	180d	Vie 7/1/11	Mar 3/20/12
construcción Instalaciones Pecuarias	180d	Lun 4/2/12	Lun12/10/12
Implementación de sistemas de Produccion del área agropecuaria	180d	Lun 1/3/11	Vie 9/23/11
Implementación de BPM en Planta Agroindustrial	360d	Lun 1/3/11	Jue 6/7/12
Construcción de Zona Camping	180d	Lun 4/2/12	Lun12/10/12
Construcción de Orquidiorama	180d	Lun 4/2/12	Lun12/10/12
Capacitación empleados	630d	Jue 7/1/10	Jue12/27/12
Elaboración e implementación del plan Marketing	630d	Jue 7/1/10	Jue12/27/12

La evaluación y seguimiento del proyecto lo hará el equipo gestor, a través de la conformación de una junta directiva asesora, y que serán los líderes y acompañantes del gerente en el proceso de ejecución del plan de trabajo y de los ajustes que sean necesarios para esto se aplicará autocontrol y planes de mejoramiento continuo en la búsqueda de la calidad y excelencia. Los resultados son informes de los planes de mejoramiento y de evaluación del autocontrol local

7 ANALISIS DE VIABILIDAD

Figura 22. Estudios de viabilidad



7.1 ESTUDIO TÉCNICO

En el contexto internacional, el modelo tradicional o convencional del turismo viene evolucionando rápidamente, así lo manifiesta Sergio Molina cuando afirma “a lo largo del siglo veinte el turismo ha experimentado profundas transformaciones, derivadas de los grandes cambios sociales y políticos manifestados en una gran diversidad de países y continentes. De este modo, las concepciones sobre el turismo, las metodologías para su conocimiento, las tecnologías de diseño y operación, las prácticas de mercadeo y el papel que ha tenido en los esfuerzos por mejorar el bienestar de la población han mostrado variaciones significativas”. (7)

En la actualidad ha cambiado el modelo de desarrollo turístico, inicialmente el modelo fue para un turismo masivo hacia los litorales (costas), es decir turismo de sol y playa, promoviendo el desarrollo inmobiliario y la concentración de personas, impulsado más por emprendedores ajenos y externos al territorio, con baja participación de las comunidades asentadas en estos destinos, lo que propició un desarrollo turístico al margen de las variables sociales, ecológicas, psicológicas,

culturales y políticas, entre otras, causando impactos más negativos (como la pérdida de la identidad cultural, las drogas, la prostitución y el desarraigo) que positivos en los lugares de destino. (7)

La OMT muestra las nuevas tendencias y el desarrollo de nuevas formas de turismo, sobre todo aquellas que aprovechan los diferentes recursos de la naturaleza, la vida salvaje, la vida rural y la cultura local, además las motivaciones y la conducta de los consumidores se caracteriza cada vez más por la selectividad al elegir el destino, una mayor atención a la experiencia turística y su calidad y una mayor sensibilidad por el ambiente, la cultura tradicional y la población local. (7)

El presente proyecto cuenta con dos granjas ubicadas en el municipio de El peñol y con un área de 2.4 y 10 hectáreas respectivamente, ambas están incrustadas en el casco urbano, con buenas vías de penetración y los servicios públicos básicos necesarios para atender debidamente las necesidades de los turistas. En ellas existe una infraestructura básica de producción agropecuaria como son sistemas de aves ponedoras, cerdos, cabras, conejos, bovinos y huerta agroecológica; tienen una capacidad de alojamiento de 70 personas y para ampliar en 50 personas más en la granja horizontes. En la granja Cotelengo se tiene una planta de agroindustria, una planta de fabricación de concentrados para alimentación animal, algunos salones adaptados como auditorio además de un pequeño laboratorio de biopreparados y un invernadero.

La granja Horizontes tiene aves ponedoras, cerdos y bovinos, sus instalaciones se están adecuando para alojar visitantes, tiene acceso al embalse por el Río Nare y una gran área para desarrollar actividades de camping, siembra de frutales, senderismo, el orquidiorama y un mariposario, un vivero de ornamentales entre otros.

7.1.1 Granjas

- Vías: El acceso es por carreteras y vías pavimentadas en buen estado; el acceso que se realiza caminando es por los senderos que se implementarán dentro de los diferentes sistemas, los cuales serán cortos y en buen estado.
- Planta turística: Alojamiento, alimentación, artesanías, comercio. El alojamiento disponible será para 120 personas, además de una zona de camping de un hectárea equipadas con letrinas, baños, tienda y hornillas eficientes, un huerto leñero, hidrantes y estará ubicada cerca a la casa principal donde se contará con botiquín de primeros auxilios, igualmente se ofrecerá el servicio de alimentación, artesanías y comercio. Ambas granjas están cerca al área urbana por si desean otro tipo de servicio adicional.
- Infraestructura básica: Dispone de servicios sanitarios, hay telefonía fija y celular y servicio de internet.
- Recurso humano capacitado: El personal que se puede encargar de la guianza de grupos o personas se contratará con un grupo que capacitó el Sena y son del municipio.
- Actitud de la población local: No hay una cultura muy desarrollada frente a la oferta agroturística, se necesita capacitar a los otros productores que serán aliados en la prestación de los servicios.
- Atención y calidad al servicio: Las personas que realizan actualmente esta actividad en las granjas, lo hacen con mediana calidad y oportunidad.

- Seguridad: Que se ofrece para la práctica de las actividades agroturísticas y los desplazamientos internos y externos, es regular, se necesita preparar grupos para atender emergencias.

La seguridad en la zona en general es buena, pero para la práctica como tal de la actividad no se cuenta con vehículos lo suficientemente seguros para trasladar de un lugar a otro a los turistas.

7.2 ESTUDIO DE GESTIÓN

La OMT establece el turismo sostenible en el año 1988, entendido como una actividad orientada a la gestión de todos los recursos de manera donde se satisfaga las necesidades, económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida, conserva los recursos turísticos actuales para las generaciones presentes y el disfrute de las futuras, la sustentabilidad debe estar ligada a la calidad, continuidad, equilibrio y promoción de experiencias buenas para el visitante y con rentabilidad económica. (7)

La visión turística del municipio de El Peñol es: “En el 2015 el municipio de El Peñol habrá fortalecido su actividad turística convirtiéndola así en el renglón más importante de la economía del municipio, generando desarrollo local basado en turismo sostenible y será reconocido en el ámbito departamental, nacional e internacional, además de estar articulado a la dinámica nacional e internacional”

Su desarrollo turístico sostenible permitirá la participación de los jóvenes y la comunidad en general, el fortalecimiento de la oferta gastronómica, el mejoramiento de la infraestructura representada en parqueaderos, vías y señalización y la prelación de elementos territorio tangible e intangible como las manifestaciones artísticas, la cultura, la historia y la gastronomía.

El municipio de El Peñol fundamentará su oferta alrededor del turismo rural bajo las tipologías de turismo cultural, agroturismo, deportivo náutico, ecológico, además habrá posicionado la “ruta de las piedras” y la “ruta del café” como productos diferenciadores del municipio. (7)

7.3 ESTUDIO ECONÓMICO

El aprovechamiento de los recursos naturales en pro de producción de alimentos de buena calidad haciendo énfasis en las técnicas agroecológicas o de producción más limpia hace más competitivo el sector primario y se fundamenta en la Ley 101 de 1993 o Ley General de desarrollo Agropecuario y pesquero, la Ley 607 del 2003 Ley de desarrollo rural y en el proyecto regional Distrito Agrario del Oriente Antioqueño, el cual es apoyado por las administraciones municipales, la Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural y CORNARE. Ahora sumado a la actividad turística es la oportunidad de aumentar dicha competitividad y la sostenibilidad de los recursos además de innovar en la prestación de paquetes turísticos alternativos más académicos y de ocio en la subregión de embalses.

En 1999 el Código Mundial de Ética del Turismo, expedido por la Organización Mundial del Turismo, en Chile, establece toda práctica turística debe contribuir al desarrollo tanto personal como colectivo. Además sostiene, que todos los actores que intervienen en la actividad turística deberán salvaguardar los recursos naturales y culturales, y el ambiente en general: Igualmente se acuerda que bajo un modelo de desarrollo turístico sostenible las poblaciones y comunidades locales participarán de forma directa en las actividades turísticas, recibirán beneficios económicos, sociales y culturales, con lo cual se eleva su calidad de vida, en cuanto al turista, recibirá información veraz y objetiva del destino visitado. (7)

Es conveniente, precisar que en el municipio de El Peñol estas granjas son las únicas con capacidad instalada para atender como granja hoteles a los visitantes, además de tener el personal técnico preparado en agro-ecología y con la suficiente experiencia para atender las giras.

En el 2002 se define un plan sectorial de turismo elaborado por la DITUR, dependencia del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, para la vigencia 2002-2006, la cual define como objetivo general “mejorar la competitividad de los destinos y de los productos turísticos para que las diferentes regiones y el país en general perciban un aumento sustancial de sus ingresos, se incremente la participación de las comunidades en la presentación de los servicios turísticos, se contribuya a la generación de riqueza cuya distribución equitativa se haga palpable en la mejora de la calidad de vida de los residentes. (7)

7.4 ESTUDIO POLÍTICO

En el año de 1996, se expide en Colombia la ley 300 o ley marco del turismo, la cual plantea la ordenación, competitividad, promoción y disciplina del mercado para el sector turístico, la cual en el 2006 se está en proceso de reforma, en especial en el tema de promoción y competitividad.

En el marco general la ley establece los principios básicos que toda actividad turística debe procurar para asegurar el éxito y la competitividad:

- La Concertación que permita establecer acuerdos y asumir responsabilidades entre los actores del sector.
- La concertación, además lleva al siguiente principio, la coordinación, que garantice el ejercicio de las funciones.
- La Descentralización, de las entidades territoriales tiene la responsabilidad de asumir la actividad turística dentro de sus planes locales de desarrollo y en sus áreas de competencia.

- La Planeación, el país contará con un plan sectorial de turismo, el cual hará parte del Plan Nacional de Desarrollo.
- El desarrollo social del turismo deberá propender por la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, un derecho establecido en la constitución de 1991, artículo 52.
- La Protección del Ambiente y la armonía con el entorno, serán los principales beneficios buscados por el turismo. Igualmente, el consumidor turístico será protegido tanto por las entidades públicas como privadas.
- La libre empresa y el mercado libre serán preservadas por las autoridades estatales en cualquier nivel territorial
- El Fomento al desarrollo integral del turismo y la recreación se le otorgará prioridad y protección por parte del Estado. (7)

Igualmente esta ley, brinda herramientas a las entidades territoriales en materia turística, como las contempladas en el Título II sobre la descentralización de funciones en la cual se establece que el Ministerio formulará la política en materia turística y las actividades de planeación del sector en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales. De la misma manera, apoyará la descentralización del turismo, donde se permita el ejercicio de las competencias en las entidades territoriales en materia turística, estableciendo programas de asistencia técnica y asesoría. Estas funciones constitucionales y legales relacionadas con el turismo deberán ser ejercidas en armonía regional siguiendo en lo posible las directrices de la Política Nacional de turismo que garantice un manejo unificado, coherente y racional del turismo, y finalmente acuerda que se podrán realizar convenios institucionales entre el Ministerio y las entidades territoriales. (Artículos 12, 13, 14 y 15 de la Ley 300) (7)

“En el Título III sobre la planeación del sector turístico, se establece que para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo, el Ministerio preparará el plan

sectorial de turismo en coordinación con el Departamento Nacional de Planeación y las entidades territoriales. El plan sectorial deberá contener elementos para el fortalecimiento de la competitividad del sector y defina las condiciones favorables para el desarrollo turístico. Adicionalmente, corresponde a las entidades territoriales, departamentos, municipios, distritos, comunidades indígenas y negras elaborar los planes sectoriales de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción. (Artículos 16 y 17 Ley 300) “ (7)

“Siguiendo con las herramientas que la ley brinda a las entidades territoriales, específicamente en los municipios (artículo 18 al 25), plantea a las entidades territoriales establecer a través de los Concejos Municipales o Distritales, las zonas de desarrollo turístico prioritario, en las cuales el uso turístico, primará sobre cualquier otro uso; la declaratoria de Recurso Turístico de utilidad pública ya sea áreas urbanas o rurales: a plazas, vías, monumentos, construcciones y otros, que requieran de planes especiales de manejo, para que puedan preservarse, reconstruirse y restaurarse. “

“El Plan Nacional de Desarrollo, “Hacia un estado comunitario”(2002-2006) se plantea varias estrategias, objetivos y principios para el impulso y desarrollo del Turismo y Ecoturismo, elementos que se describen a continuación son:

- Estrategia 1: Ordenamiento y planificación de las áreas
- Estrategia 2: Determinación de los requerimientos de infraestructura, planta turística y actividades permitidas en las áreas en las que se desarrolle el ecoturismo.
- Estrategia 3: Establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos
- Estrategia 4: Determinación de las responsabilidades de los actores regionales y locales
- Estrategia 5: Formación y sensibilización de los actores regionales y locales
- Estrategia 6: Investigación de mercados y diseño de producto

- Estrategia 7: Desarrollo de estándares de calidad
- Estrategia 8: Fortalecimiento empresarial de las organizaciones de base para la prestación de los servicios
- Estrategia 9: Promoción y comercialización de los servicios” (7)

7.5 ESTUDIO LEGAL

Se fundamenta en las siguientes leyes y decretos:

Ley 300 de 1996 Ley del turismo.

Ley 1101 de 2006 Ley que modifica el fondo de promoción turística.

Decreto 2785 por medio del cual se modifica la estructura del vice ministerio del turismo.

PBOT 2003 – 2009 Municipio de El Peñol

La Secretaria de Productividad y Competitividad del Departamento de Antioquia encargada del desarrollo turístico entregó en el 2003, el Plan de Desarrollo Turístico para Antioquia al 2009, en el cual prevé el turismo como un sector estratégico y alternativa de apoyo al desarrollo e integración del territorio antioqueño tanto en las ciudades como en el ámbito rural.(7)

Se plantea que la región del Oriente es una región tradicionalmente visitada no solo los fines de semana, sino como paseo rutinario para almuerzos o cenas, para reuniones de negocios, para la rumba juvenil en las noches, para conferencias y otras actividades culturales (7)

7.6 VIABILIDAD AMBIENTAL:

Se fundamenta en la ley 99 o Ley de medio ambiente y en los tratados de turismo sostenible que se firman a nivel mundial.

Se requerirá de una planificación, gestión e infraestructura específica, donde se proteja las zonas naturales de interés, las ecológicamente frágiles, de tal manera que las tipologías de turismo emergente y alternativo como son el turismo ecológico, el agroturismo y otras formas de turismo relacionadas con el medio ambiente, sigan aumentando de manera rápida. (7)

“En 1995 se firma en Lanzarote (España), la carta de Turismo Sostenible, por varios países en donde se define, que el desarrollo turístico debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir soportable ecológicamente, viable económicamente, equitativo ética y socialmente para las comunidades locales. Además, en este nuevo esquema se deberá integrar el entorno natural, cultural y humano al igual que todos los actores, sectores públicos y privado. Se deberá implementar instrumentos de planificación y de gestión integrada que garantice la Sustentabilidad, y deberá cambiarse los modelos de consumo tradicional por otros donde se garanticen calidad de vida y alternativas coherentes con el desarrollo alternativo del turismo, el cual exigen sistema de gestión turística ambiental compatible que contribuya el mejoramiento del ambiente e induzcan al buen uso de la energía, de los recursos naturales renovables e integren estrategias de reciclaje y minimización de residuos.” (7)

7.7 ESTUDIO DE MERCADO

7.7.1 Características de los turistas

Los turistas que visitan la región de los embalses, tienen las siguientes características:

- Turistas de todos los estratos socio económicos especialmente los estratos 2, 3 y 4.
- La zona por sus características es atractiva para todos los rangos de edad, como niños, jóvenes, adultos y adultos mayores que visitan la zona en semana,

con las excursiones de cajas de compensación y los anteriores visitan fines de semana en vehículos particulares.

- La capacidad de inversión por un día de visita es variable hasta \$100.000 en promedio por persona.
- La gran mayoría de turistas provienen del área metropolitana y del Valle de San Nicolás.
- El 88,3% proviene del área metropolitana, 7,2% de otros municipios del departamento, el 4% de otros departamentos y 0,5% de afuera del país.
- De los Municipios del área metropolitana el 79.5% reside en Medellín, el 8.5 % en Envigado, el 5.1%, en Bello, el 3.8% en Itagüí.
- El 99% de los turistas vienen en grupos de amigos y familiares, transportándose en vehículos particulares y públicos.
- Los principales destinos turísticos en la zona del oriente Antioqueño son: El Peñol, Guatapé, San Rafael y San Carlos; por el microclima de la zona y la oferta paisajística.
- La permanencia en el sitio de destino por parte del turista es de uno a tres días, alojándose en hoteles, cabañas, casas de amigos entre otros.
- Las principales actividades realizadas por los turistas son: baños en ríos, caminar y pescar.
- La comida típica se destaca como el menú preferido por los turistas.
- Rangos de edad de los visitantes: 36 y 45 años, el 27.5%, entre 26 y 35 años, el 20% entre 18 y 25 años, un 11.3% La distribución por edades de los visitantes y turistas se concentra un 29% entre entre 46 y 55 años.
- De los visitantes y turistas el 59.6% pernocta en Rionegro, el 18.7% en El Retiro, el 9.4% en La Ceja y el 12.3% en los demás municipios de la región
- Los días de permanencia en El Oriente Antioqueño se encontró que entre 1 y 5 días el 50.5%, entre 6 a 10 en 2.6%, los demás menos del 2%.
- Quienes permanecen entre 1 y 5 días se identificó que el 39.5% un día, el 28.3% tres días, el 25.4% 2 días. Estos se alojan el 23.7% en casas de familia, el

20% en hotel, el 17% en casas de amigos y en fincas de amigos el mismo valor, el 12.6% en casas propias.

- La frecuencia de visita al Oriente se identificó así: El 31% cada mes, el 21.4% cada 3 meses, el 19.6% cada 15 días, el 17.4 % una vez por año y el 13.4% una vez por semana.
- Las épocas que más prefiere para visitarlo corresponde el 52% los fines de semana, el 38.2% festivos, el 37% en temporada de fin de año.
- Las motivaciones para visitar el Oriente Antioqueño son: 48% descanso, 21% diversión, 13.5% visita familia, 10% negocios y eventos, 4% Sitios naturales. (7)

7.7.2 Población de Referencia:

- *Universo o Población:* La región es visitada permanentemente por los turistas, con picos altos en puentes y temporadas de vacaciones, contabilizando en algunas ocasiones hasta 5000 vehículos en un fin de semana con puente (festivo día lunes o viernes), los cuales tienen un promedio de 3 pasajeros.
- El mal estado de la infraestructura vial (señalización turística, mantenimiento de vías entre otras), la falta de guías de turismo, y de operadores de turismo de calidad, hacen que las expectativas del turista no sean totalmente satisfechas.
- No existe un clúster de turismo para el Oriente Antioqueño, por la falta de organización, conformación de alianzas, y falta de operadores turísticos formales; sin embargo se podría pensar en una propuesta para mejorar lo anterior por intermedio de un plan regional de turismo y una oficina principal de turismo en cada municipio.

7.8 PLAN DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

7.8.1 Población

- **Población Objetivo**

- **Población Carente**

Como resultado de reconocer y valorar las capacidades y habilidades de los pobladores y el potencial desde la oferta turística municipal, y conociendo las características de la demanda local y regional, lo cual en conjunto permite la configuración de productos y paquetes turísticos con potencialidad regional, a fin de retener, distraer y deleitar a los turistas cuando lleguen a la subregión de embalses del Oriente Antioqueño, además que permitan brindar esparcimiento sano a los habitantes del Municipio de El Peñol, y promueva en ellos la valoración del entorno, de sus recursos, su cultura, genere arraigo por la tierra y valoración del oficio de los campesinos, dinamizando así la economía y contribuyendo al mejoramiento de su calidad de vida. Consideramos que el agroturismo es una alternativa viable y pertinente a implementar en las granjas.

Las granjas tendrán como fin primordial la comercialización local y foránea de los servicios agroturísticos, transferencia tecnología y la comercialización de productos limpios y con valor agregado. Además se definirán y potenciarán algunos productos por medio de la transformación agroindustrial que se generan alrededor de la granja mejorando los niveles de ingreso, con propuestas de mercado justo. Como también con alianzas entre la granja y algunos restaurantes locales y aprovechando las tiendas verdes impulsadas por el “Proyecto Turismo Para La Paz “

- El Mercado Proveedor
 - Insumos: La mayoría de los insumos para el funcionamiento de las granjas se tratará de producir en ellas, sobre todo en lo referente a los alimentos y algunos biopreparados que utilizarán como fungicidas e insecticidas

 - Dependencias de otras industrias: Los demás se tratará de comprar con los comerciantes locales o regionales a fin de contribuir con la dinamización de la economía de la región.

 - Costo de los Insumos: Se hará cotizaciones cada vez que se quiera comprar algún artículo o insumo y se tratará de comprar al por mayor, con el fin de ser más competitivos y ofrecer precios asequibles a los visitantes, pero con la oferta de productos de gran calidad.

 - Mecánica de su disposición (Bodegaje): Cada granja tendrá dos tipos de bodega, una para almacenar alimentos de acuerdo a las normas de la Secretaria de Salud y otra para almacenar insumos tal como lo reglamenta el ICA – Instituto Colombiano Agropecuario.

 - Factibilidad de transporte: Se harán alianzas con proveedores del servicio de transporte especializado en turismo y para las cabalgatas con un proveedor local.

 - Condiciones de adquisición. Se tratará de comprar aprovechando los créditos a corto plazo y las ofertas de productos de cosecha para preparar o transformar los alimentos en la agroindustria propia. Además de aprovechar los descuentos por pronto pago.

- Mercado del proyecto:

Manejo del Producto: Los productos frescos se manejarán con las normas de poscosecha y empaque modernos que generan en ellos valor agregado al permitir conservar mejor y por mas tiempo los alimentos, además de hacerlos más atractivos al público. Los productos procesados tendrán registros Invima, códigos de barra y fechas de vencimiento una vez se implementen las BPM.

Costos se llevarán los registros de producción y manejo de cada producto, la contabilidad por centros de costos y los flujos de caja.

Hábitos y motivaciones de compra: En el mundo globalizado se ha iniciado una nueva cultura de consumo de alimentos de buena calidad interna y externa o “Agro-ecológicos” gracias a la promoción de Buenos Hábitos Alimentarios y la lucha contra el hambre. Como también se ha fomentado el turismo de región dinamizando la economía de las poblaciones rurales y haciendo populares los artículos con Denominación De Origen, que generen ingresos a los pobladores locales y disminuyan en su producción el consumo energético “ahorro de energía” sobre todo en la de combustibles fósiles que causan el calentamiento global o destruyen la capa de ozono.

El proyecto pretende atender inicialmente el mercado nacional mientras adquiere experiencia y hace los rediseños de infraestructura necesarios para cumplir con los estándares internacionales, con el fin de obtener el Registro Nacional de Turismo y asociarse a la ANATO.

• **Población Objetivo Específica:** Población en capacidad de atender con el Proyecto.

Las granjas en el transcurso de las diferentes fases de ejecución del proyecto, producirá para consumo interno algunos productos agrobiológicos y se hará

énfasis en la investigación agropecuaria aplicada y se darán a conocer servicios ambientales generados del conocimiento teórico- práctico del componente ambiental en el manejo de las explotaciones agrícolas y pecuarias bajo el esquema de Buenas Prácticas Agrícolas aprovechando que la Fundación Universitaria COREDI, utiliza estas instalaciones como sede para atender los diferentes grupos de técnicos y tecnólogos de sus diferentes pregrados que vienen de los 35 municipios donde tiene convenios de educación.

Los productos a comercializar en el nivel local y regional serán: hortalizas, frutas y verduras no tradicionales, carnes de especies menores para consumo interno, la leche y sus derivados, abonos orgánicos, biopreparados, transformados con valor agregado como mermeladas, compotas y dulces obtenidos en las granjas mediante procesos limpios, y artesanías propias de la región (trabajos en guadua, fique, madera y tejidos en diferentes fibras como las molas y lanas). Las granjas serán un modelo demostrativo de generación de fuentes alternas de energía (panel solar, molino de viento, hornillas eficientes, biodigestor, arietes, ruedas pelton). (6)

Los servicios ambientales por comercializar utilizarán la capacitación continuada, cursos cortos, atención de giras, días de campo, demostraciones de método y cursos en áreas específicas de la agricultura agroecológica y ganadería, educación ambiental, procesos de gestión comunitaria, generación alternativa de energía y estrategias de comercialización regional comunitaria.

7.8.2 Socialización y divulgación

El brochure o catalogo, se utilizará como “Portafolio de Servicios” para su distribución masiva a otros operadores turísticos, empresas, universidades y tecnológicos y al público en general se le entregará un folleto informativo donde

se dará respuesta a los siguientes interrogantes: ¿Qué es la granja, qué hace, con quien trabaja?, Geografía de la zona, a quien va dirigido los productos y servicios ambientales que ofrece la granja?, ¿Qué tecnologías usa?, ¿Que investigación desarrolla? Innovaciones de los productos y servicios que se ofrecen, el cumplimiento de la normatividad ambiental y el ajuste a los convenios de producción limpia en el Oriente Antioqueño, realización de alianzas estratégicas elaboradas con los centros de investigación, mercadeo y distribución de carácter local, regional y nacional.

El brochure, el portafolio de servicios y el documento que contenga la sistematización de las Buenas prácticas agrícolas BPA, se darán a conocer por medios de divulgación masiva oral, escrita y visual (cuñas radiales, videos, plegables, portafolios, entre otros) en las ONGs que apoyan al turismo y la producción agro-ecológica, administraciones Municipales, comunidad en general, institutos de educación descentralizada, institutos de investigación agro biológica, almacenes de cadena como futuros sitios de mercadeo en red, otras Corporaciones, universidades, tiendas verdes, grupos de mujeres, gremios asociativos del sector agropecuario, UMATAS, oficinas ambientales, y comunidad en general.(6)

7.8.3 Ventaja competitiva del Proyecto dentro del mercado:

- Segmentación Institucional .Se potenciarán los grupos de estudiantes del sector agropecuario que se encuentren conformados en la zona de influencia de las granjas, a través de su identificación, ofertas de capacitación, formulación de planes de negocios y la comercialización de algunos productos resultado de su actividad económica agroecológica por intermedio de la comercializadora BIOVENTAS de PROTEAGRO.

- Segmentación Individual: sexo, profesión, edad, y Hogares etc. También se elaborarán paquetes turísticos de acuerdo a las edades de los grupos y para familias o parejas que desean descansar aprovechando el paisaje y la tranquilidad de las granjas o para los jóvenes todo lo concerniente a deportes náuticos y cabalgatas.
- **Competidor Directo:** Los operadores turísticos del municipio de Guatapé, las granjas del proyecto “Turismo para la paz”
- **Competidor Indirecto:** Los prestadores de servicios de restaurantes y de venta de hortalizas en las carreteras.
 - Precios de la competencia: varían de manera irracional de acuerdo al flujo de turistas, generando abusos.
 - Condiciones en las cuales se presta el servicio no son las más adecuadas por situaciones de seguridad, inocuidad y Calidad.
 - Publicidad: por lo general utilizan la entrega de plegables en las entradas de los pueblos utilizando a niños de la zona.
 - Situación Financiera de la competencia: En su mayoría utilizan créditos de los bancos y cooperativas locales.

7.8.4 Requerimientos de Infraestructura

Dado que el proyecto concibe como pilar fundamental la divulgación, extensión y capacitación a la comunidad interesada, se requiere dotar las granjas de la infraestructura y equipamiento básicos necesarios:

- Vías de acceso adecuadas en las cuales se puedan desplazar utilizando un vehículo con capacidad para 40 personas.
- Señalización Turística desde el parque, un punto de referencia conocido, o desde la vía principal.
- Espacios (auditorios) con silletería y equipos para ayudas audiovisuales (utilizando para su construcción algunos materiales de la zona).

- Dotar un centro de documentación especializado en el tema prioritario de la granja.
- Unidades sanitarias básicas y cafetín.
- Bodega para herramienta e insumos.
- Punto de venta: vitrinas, estantes, toldos y/o mesas para exhibir y vender los productos.
- Parqueadero
- Adecuación de recorridos y/o senderos en las Granjas que se requieran, con su debida señalización.
- Construcción y/o adecuación de los sistemas productivos agropecuarios.
- Vivero, orquidiorama, insectario, zona de camping

7.8.5 Estudio de demanda

- Cuantas personas requieren la satisfacción de la necesidad.

De acuerdo al análisis estadístico de visitas a la región, se estima que 15000 visitantes llegan a la zona en un puente festivo, se espera que en 10% se quede en El Peñol y un 1% sea mercado para las granjas, lo que equivale a 150 personas.

- Con qué tipo de producto (Bien o Servicio):

Alojamiento, camping, cursos de agricultura orgánica, giras técnicas, visitas al orquidiorama y al insectario, senderismo, deportes náuticos, cabalgatas, turismo histórico y cultural.

7.9 Análisis

7.9.1 Análisis Histórico

- Demanda Turística Local. En noviembre de 2005, se realizó un muestreo de 150 encuestas con el fin de identificar algunas características de la demanda real del municipio de El Peñol, lo cual arrojó los siguientes resultados:

- Origen de los visitantes: 15% son del Oriente Antioqueño, 52% son de Medellín y el valle de Aburrá, 14% del resto de Antioquia, 13% de resto del país y un 6% extranjeros.
- Edad promedio de los visitantes oscila entre: 9% de 18 años, 40% entre 19 y 26 años, 32% entre 27 y 45 años, 12% entre 46 y 50 años y 7% mayores de 60 años.
- Tiempo de permanencia de los visitantes en el municipio oscila: 48% en un día, 40% entre dos y cinco días, 5% entre 6 y 10 días y 75 mayores a 10 días.
- Tipo de alojamiento que utilizan los visitantes cuando permanecen el municipio es: 19% utilizan hotel local, 29% finca de la familia, 4% utiliza camping, 38% casa o finca de los amigos, 5% centros vacacionales, 3% habitaciones alquiladas y 2% arrienda fincas en el municipio.
- Época de visita al municipio corresponde: 38% a festivos, 25% fin de semana, 20% fin de año, 8% temporada de mitad de año y 9% en temporada de semana santa.
- Frecuencia de visita al municipio: 35% una vez al año, 24% quincenalmente, 30% mensualmente y 19% otros.
- Motivo de la visita: 25% a familiares, 21% descanso, 38% disfrute de sitios turísticos, 8% a realizar negocios y 8% a eventos y deportes.
- Actividades a realizar en el municipio son: 9% actividades de diversión nocturna, 16% a realizar caminatas, 20% a pesca deportiva, 34% a visitar embalses y piedras, 12% a cabalgatas y 9% a eventos y deportes.

- Tipo de transporte utilizado por los visitantes al municipio son: 28% transporte público, 51% transporte privado, 6% servicios especiales y 15% motocicletas.
- Vía utilizada para llegar al municipio: 74% autopista Medellín-Bogota, 18% Medellín –palmas, 5% Santa Elena y 3% por Envigado.
- Atractivos que conoce del municipio son: 22% Piedra el Marial, 29% Embalse Peñol-Guatapé, 15% Templo Parroquial, 13% Museo Histórico Local, 8% Casa Museo del Viejo Peñol, 5% Parques Municipales, 5% Isla del Sol y 3% Puente del Nare.
- Medio de conocer el municipio fue: 15% prensa, 65% amigos y familia, 7% Internet, 8% televisión y 5% otros.
- Con quién visita el municipio: 40% la Familia, 35% amigos, 15% solo y 10% excursiones.
- Imagen del municipio es: 50% excelente, 25% buena, 13% regular y 12% mala

7.9.2 Análisis de la Situación Vigente:

Observaciones de los visitantes al municipio

- Mejorar la oferta astronómica con: carta internacional, comida vegetariana, identidad del plato típico, mejorar los equipamientos de los restaurantes y reducir los costos.
- Seguridad es regular, se requieren más puestos de control, más parqueaderos públicos, insuficiencia en zona rural y mejorar transporte público.
- Servicios básicos mejorar servicios de salud, más baños públicos, mejorar telefonía, reconocen los excelentes servicios de agua, salud, Puede competir con muchos lugares, excelente limpieza y costoso servicio telefonía fija.
- Información turística más orientación, más publicidad, ubicación estratégica de guías, más material escrito, ofrecer reservas y hay muchos sitios turísticos para visitar.

- Trato de la población local es excelente, amables, hospitalarios, muy atentos y serviciales.
- Otras recomendaciones: mantenimiento en vías de acceso, más publicidad, crear zonas de camping, mejorar la participación de la comunidad en los proyectos del municipio, mayor presencia de guías en sitios turísticos, más planeación y ordenación del espacio turístico municipal, más transporte marítimo, más vigilancia, mejorar señal de celulares, mayor publicidad escrita, señalizar turística del municipio, construir hostería con piscina en el pueblo, ubicar más recipientes de basuras en sitios turísticos, más inversión en la conservación de los sitios turísticos, mejorar hoteles y restaurantes, transporte especial para el turista entre Peñol y Guatapé, construir el teleférico, organizar y realizar más eventos que atraigan al turismo regional y departamental. (7)

7.9.3 Análisis de la Situación Proyectada

- Acciones para el Desarrollo Corto, Mediano y Largo Plazo. El conjunto de actividades propuestas son acciones de intervención propia y complementaria a la actividad agro-turística, que requieren del concurso de todos los asociados.
- Actividades de Corto Plazo: Se deben ejecutar en un horizonte de un año, y tienen que ver con aspectos de carácter formal, organizativos y promocionales, donde el responsable es el Operador Turístico.
 - Socialización y sensibilización de la propuesta turística con la comunidad local y asociados de las demás corporaciones y organizaciones que son socios.
 - Diseño e implementación de tres rutas turísticas locales, que asocie el turismo cultural e histórico, deportivo y de aventura y el agroturismo.
 - Formalización y legalización de la empresa “Operador Turístico”
 - Establecer alianza con la oficina local de turismo

- Apoyar la oficina local de turismo en la conformación de una promotora de proyectos turísticos locales.
 - Participar en la identificación de las ideas y proyectos turísticos locales, asociado a la oficina local de turismo.
 - Diseñar un plan de marketing para la difusión y promoción de los productos turísticos como: plegables, brochure, videos, postales, entre otros.
 - Realización de programas de televisión que promocióne las granjas agro-turísticas en los canales regionales y comunitarios.
 - Asistir a ferias o encuentros turísticos regionales y nacionales para ofrecer los servicios y productos turísticos
 - Promover la implementación de una media técnica de turismo con las instancias educativas locales o con la fundación Universitaria COREDI y el Sena, y aprovechar los estudiantes de la misma para que hagan sus prácticas en las granjas.
 - Promover la realización de cursos de formación y capacitación en guianza, informadores turísticos locales, cocina local, atención y servicio al cliente, alojamiento turístico, emprendimiento turístico, entre otros.
 - Impulsar la oferta de una tecnología en turismo para el municipio desde las universidades regionales.
- Actividades a mediano plazo. Se deben realizar en un horizonte de 1 a 3 años, donde se harán las inversiones en el marco del plan desarrollo empresarial y con fuerte orientación a la participación en proyectos de inversión turística, en programas de capacitación del talento humano, la promoción turística, el diseño de propuestas orientadas a equipamientos e infraestructuras agro-turísticas que aumenten la competitividad de la empresa.
 - Diseño y reproducción de material promocional moderno de los productos agro-turísticos de la empresa.
 - Diseño de pautas publicitarias radiales, televisivas y de prensa.

- Diseño y reproducción de guía turística local y de vallas de promoción turística.
 - Diseñar y reproducir suvenires, en lo posible artesanías que identifiquen el producto agro-turístico.
 - Diseño de la señalización turística urbana que guíe a los visitantes hasta las granjas.
 - Diseñar e implementar un modelo arquitectónico que identifique las granjas y sirva de evocación de la arquitectura del antiguo pueblo de El Peñol.
 - Realizar alianzas con operadores turísticos nacionales e internacionales.
- **Actividades a largo plazo:** Se deberán realizar en un termino de 3 a 5 años y se requiere:
 - Ampliación de la oferta hotelera por medio de la construcción y dotación nuevos amueblamientos.
 - Construcción de la zona humedad y rediseño de los jardines interiores.
 - Comprar un vehículo de transporte turístico para los tours en el municipio y en sus alrededores.
 - Incentivar la construcción de parqueaderos por parte del sector privado local.
 - Implementación de la señalización turística urbana y rural.

7.9.4 Plan de Ventas

- Se calcula una ocupación de 120 camas y 40 carpas para el fin de semana y puentes festivos
- Pasa diario principalmente para personas de la tercera edad se calculan 3900 por año.
- Se calculan tres tours por día pico para un total de 250 tours, especialmente los fines de semana y puentes.

- Cursos de producción limpia se espera capacitar a 800 usuarios en este programa y vender las memorias.
- Se proyecta vender al 30% de los visitantes es decir a 10000 turistas una artesanía que en promedio cuesta \$10.000.
- Se espera realizar unas ventas de 1800 huevos diarios a \$200 c/u, también vender cuatro camadas de cerdos con 40 cerdos por ciclo y sacarlos con un peso promedio de 90 kg, a un valor promedio de \$3000 kg en pie.
- Se planea vender 1000 pollos de 4 libras, cada año y a \$6000 la libra de pollo.
- Se espera vender conejos por valor de \$200,000 anuales ya que esta carne no es muy apetecida por el turista que visita la región.
- La planta de agro industria planea vender \$5.000.000 de pesos mensuales durante el primer año en pulpas de frutas, mermeladas, derivados de soya, encurtidos, guisos entre otros.

Los precios calculados se realizaron de acuerdo con la capacidad adquisitiva del segmento del mercado a atender y a la población objetivo, los valores de la región oscilan entre \$20,000 y \$40,000 para este tipo de turismo.

7.10 ESTUDIOS FINANCIEROS Ver anexos Flujo de Caja

Ç

7.11 COMPONENTES DE ACTIVIDADES PLANTEADAS PARA EJECUTAR EL PROYECTO

7.11.1 Resultados

Tabla 11. Resultado 01

Granjas adecuadas para la prestación de servicios agro-turísticos.

Actividad	Unidad	Cant	Valor Unitario	Valor Total	Entidad Aportante
Realizar adecuación de la infraestructura física de las granjas	Número			526,000.000	COREDI, VIDASOL FONDECOR, PROTEAGRO
Capacitar el personal en turismo rural y atención al cliente	Personas	10	600,000	6,000,000	COREDI, SENA
Diseñar portafolio de servicios	Número	1	30.000.000	30.000.000	COREDI, FONDECOR PROTEAGRO, VIDASOL
Subtotal				562,000,000	

Tabla 12. Resultado 02

Formalizadas y estructuradas empresarialmente las dos granjas agro-turísticas

Actividad	Unidad	Cant	Valor Unitario	Valor Total	Entidad Aportante
Diseñar estructura administrativa, financiera y operativa para legalizar la empresa	Número	1	10,000,000	10,000,000	
Recibir asesoría técnica para la formalización empresarial	Número	1	12,000,000	12,000,000	
Subtotal				22,000,000	

Tabla 13. Resultado 03

Implementadas las Buenas Prácticas Agrícolas en las granjas y las Buenas Prácticas de Manufactura en la agroindustria

Actividad	Unidad	Can	Valor Unitario	Valor Total	Entidad Aportante
Implementar programas de asistencia técnica a las dos mipymes agro turísticas	Número	12	500.000	60.000.000	
Fortalecer la agroindustria a través de la BPM y las granjas con el BPA	Número	12	500.000	60.000.000	
Subtotal		24	500.000	120.000.000	
GRAN TOTAL				704.000.000	

7.11.2 Indicadores

Tabla 14. META 01

Granjas adecuadas para la prestación de servicios agro-turísticos

Indicador	Cantidad
IOV1. N° de metros cuadrados construidos actual / N° de metros cuadrados construidos inicial	Global
IOV2. N° de sistemas pecuarios construidos actual / N° de sistemas pecuarios construidos inicial	Global

Tabla 15. META 02

Formalizadas y estructuradas empresarialmente las dos granjas agroturisticas

Indicador	Cantidad
IOV1.Registro mercantil	1
IOV2. Estatutos y reglamento de trabajo	1
IOV3. Organigrama empresarial	1

Tabla 16. META 03

Implementadas las BPA en las Granjas y las BPM en la agroindustria

Indicador	Cantidad
IOV 1. Certificación en BPA	2
IOV 2. Certificación en BPM	2
IOV 3. N° de personas de las granjas capacitadas en BPA y BPM	6

7.11.3 Servicios y sistemas productivos a establecer en cada granja

Tabla 17. Granja San José de Cotelengo (2,4 hectáreas)

Sistema	Descripción	Valor
Servicio de alojamiento	70 personas (panel solar, alcobas, lencería, decoración)	70.000.000
Producción de hortalizas	1000 mts cuadrados	1.500.000
Frutales	40 árboles de aguacate, 100 plantas de Lulo	2.500.000
Banco de proteínas y forrajes	200 mts cuadrados (Ramio, Quiebrabarrigo, Morera, Botón de oro, maní forrajero)	500.000
Marquesina	30 X 12 mts	2.000.000
Pastos	Tres potreros	3.000.000
Invernadero en fajas	120 mts cuadrados	2.500.000
Galpón de aves ponedoras	100 aves	3.000.000
Cunicultura	1 macho, 10 hembras	4.000.000
Aprisco	2 machos, 3 hembras	6.000.000
Ganado bovino semi estabulado	Un establo de 10 animales	5.000.000
Piscicultura con tilapia roja	500 alevinos (30 X 12 mts)	2.000.000
Porcicultura	3 cerdas de cría	3.000.000
Modulo de pregerminado	4 X4 mts	1.000.000
Orellanas	9 X 3 mts	1.500.000
Planta de Agroindustria	15 X 10 mts	200. 000.000
Concentrado	1 planta de 500 kg /hora	20.000.000
SUBTOTAL (1)		327.500.000

Tabla 18. Granja Horizontes

Área 10 hectáreas

Sistema	Descripción	Valor
Servicio de alojamiento	50 personas (equipamiento)	50.000.000
Productivos de hortalizas	2500 mts cuadrados c/15 días	30.000.000
Frutales	200 aguacates, 150 plantas de Lulo, 50 plantas de uchuva	20.000.000
Banco de proteínas y forrajes	400 mts cuadrados (Ramio, Quiebrabarrigo, Morera, Botón de oro, maní forrajero)	500.000
Marquesinas	30 X 12 mts	2.000.000
Pastos	6 potreros	5.000.000
Invernadero en fajas	120 mts cuadrados	2.500.000
Galpón de aves ponedoras	2000 aves	50.000.000
Orquidiorama	global	5.000.000
Senderos	1000 mts lineales	18.000.000
Zona de camping	Letrinas y asadero	5.000.000
Muelle		5.000.000
porcicultura	6 cerdas de cría	6.000.000
Modulo de pregerminado	4 X4 mts	1.000.000
Bloques nutricionales	modulo	500.000
SUBTOTAL (2)		198.500.000
TOTAL		(1 + 2) =526.000.000

7.12 COFINANCIACIÓN

Tabla 19. Cofinanciación

Actividad	Coredi	Fundación Educativa	Vidasol	Fondecor	Proteagro	Fomipyme	Adeproa	Subtotal
Diseñar estructura administrativa para legalizar la empresa								
Recibir asistencia técnica para la formalización empresarial								
Realizar adecuación de la infraestructura de las granjas								
Capacitar el personal en turismo rural y atención al cliente								
Diseñar portafolio de servicios y marketing								
Implementar programas de asistencia técnica a las dos mipymes agro turísticas								
Fortalecer la agroindustria a través de la BPM y las granjas con el BPA								
SUBTOTAL								
TOTAL								

RELACIÓN COSTO / BENEFICIO DIRECTA= $a / b = c$ Teniendo en cuenta c familias.

RELACIÓN COSTO / BENEFICIO INDIRECTOS = $a / d = e$

Teniendo en cuenta 4 personas en promedio por familia.

7.13 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 20. Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	A	Ñ	O	I	A	Ñ	O	II	A	Ñ	O	III
TRIMESTRE	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Adecuación hotelera y física de las granjas					X	X	X					
Senderismo, trazado y construcción de vías para peatones							X	X	X			
Instalaciones pecuarias construcción										X	X	X
Siembra de frutales					X	X	X					
Construcción de Muelle							X	X	X			
Planta Agroindustrial					X	X	X	X	X	X	X	X
Zona Camping									X	X		
Orquidiorama									X	X		
Capacitación empleados	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Marketing	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

7.14 TAREAS

Tabla 21. Tareas

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Pre/Nombres de los recursos	Semestre 2, 2010		Semestre 1, 2011			Semestre 2, 2011			Semestre 1, 2012			Semestre 2, 2012			Semestre 1, 2013																		
						J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M
1	Diseñar estructura administrativa, financiera y operativa para leg	240 días	jue 7/1/10	lun 6/20/11	Formalización empresarial[1]	[Progress bar]																																
2	Recibir asesoría técnica para la formalización	240 días	jue 7/1/10	lun 6/20/11	Asesoría técnica administre	[Progress bar]																																
3	Implementar programas de asistencia técnica	240 días	lun 1/3/11	jue 12/22/11	Prácticas agrícolas[1]	[Progress bar]																																
4	Fortalecer la agroindustria	240 días	lun 1/3/11	jue 12/22/11	Prácticas de manufactura[1]	[Progress bar]																																
5	Adecuación hotelera y física de las granjas	180 días	lun 1/3/11	vie 9/23/11	Servicio de alojamiento [22]	[Progress bar]																																
6	Senderismo, trazado y construcción de vías para peatones	180 días	vie 7/1/11	mar 3/20/12	Senderos[324]	[Progress bar]																																
7	Instalaciones pecuarias construcción	180 días	lun 4/2/12	lun 12/10/12	Marquesina[0.72],Invernade	[Progress bar]																																
8	Area agropecuaria	180 días	lun 1/3/11	vie 9/23/11	Frutales[1],Producción de h	[Progress bar]																																
9	Infraestructura física	180 días	lun 7/4/11	mar 3/20/12	Muelle[1]	[Progress bar]																																
10	Planta Agroindustrial	360 días	lun 1/3/11	jue 6/7/12	Planta de Agroindustria[1]	[Progress bar]																																
11	Zona Camping	180 días	lun 4/2/12	lun 12/10/12	Zona de camping[1]	[Progress bar]																																
12	Orquidiorama	180 días	lun 4/2/12	lun 12/10/12	Orquidiorama[1]	[Progress bar]																																
13	Capacitación empleados	630 días	jue 7/1/10	jue 12/27/12	Capacitación de personal	[Progress bar]																																
14	Marketing	630 días	jue 7/1/10	jue 12/27/12	Mercadeo[1]	[Progress bar]																																
15	Planta Concentrados	180 días	lun 1/3/11	vie 9/23/11	Concentrado[1]	[Progress bar]																																

8. CONCLUSIONES

- El agroturismo es una propuesta, que promueve el desarrollo de las regiones aprovechando la oferta agropecuaria y agroindustrial local en temas como: Prácticas tradicionales de cultivo, de cosecha, procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además la producción de artesanías.
- El Agroturismo promueve la diversificación de las actividades agropecuarias y agroindustriales, generando valor agregado y beneficiando directamente a las familias de los productores rurales, con la generación de empleo y por ende la calidad de vida de los pobladores, fortaleciendo su arraigo por la tierra.
- En la sub región del Oriente Antioqueño, el Municipio de El Peñol tiene gran potencial para desarrollar el agroturismo dadas las características de su paisaje, la infraestructura vial, el embalse, la cercanía al área metropolitana de valle del Aburrá y al aeropuerto José María Córdoba. Además de su tradición productiva agropecuaria, y sus atractivos históricos y religiosos.
- Las dos granjas a intervenir en el Municipio de El Peñol, permiten integrar actividades agrícolas y pecuarias, desarrollar sistemas productivos acuícolas, la agroindustria, deportes y actividades de ecoturismo, turismo etno cultural.
- Se debe mejorar la descripción y presentación de la oferta turística del Municipio, para esto es necesario crear una empresa como operador turístico que planifique y oferte los paquetes turísticos, y que desarrolle programas de capacitación para el personal de las granjas.

- Con el fin de brindar excelentes servicios de alimentación y hospedaje, que rescaten y preserven lo autóctono, es necesario hacer adecuaciones en la infraestructura de las granjas y capacitar a su personal en la atención al cliente y tecnologías apropiadas.
- Se debe fortalecer la secretaria de turismo en el Municipio de El Peñol, con el fin de que su estructura administrativa planifique, ejecute y controle a todos los operadores turísticos (locales y foráneos) de tal manera que exista un orden en la oferta y presentación de todos los servicios.
- La oferta agro turística debe partir de la caracterización del mismo turista (recreacional, cultural, histórico, religioso, étnico, ambiental, de salud, aventurero, deportivo, académico, donde se conozcan sus expectativas y necesidades, generando nichos de mercado y posibilitando la creación de paquetes o productos acordes con sus expectativas particulares.
- El agroturismo hace parte del ecoturismo o turismo nacionalista y se fundamenta en la oferta de atractivos como: flora, fauna, geología, geomorfología, hidrografía y las manifestaciones culturales locales, por intermedio de micro, pequeñas y medianas empresas de turismo (Operadores).
- El Agroturismo debe integrar aparte de las fincas productoras y la agroindustria, otras actividades o servicios como el transporte (paseos en carretas y/o caballo, canoas, lanchas y planchones turísticos), senderos para caminatas ecológicas, visitas a talleres de artesanos (elaboración de cinchas, enjalmas en fibras de fique, construcción de redes y transmayos para pesca), restaurantes de comidas típicas, elaboración de alimentos caseros como por ejemplo bollos de maíz (estaca), teja (arepa maíz crocante), arepa de mote, arepa de maíz sancochado, guisos, conservas,

quesos entre otros , comunicaciones y comercio que giren en torno a la actividad rural, lo cual demanda mano de obra de los jóvenes rurales dándoles sentido y pertenencia.

- El agroturismo para desarrollarse no exige que existan atractivos turísticos extraordinarios, o el desarrollo de grandes infraestructuras, sino que la región posea aspectos culturales bien desarrollados, una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, convirtiendo la zona interesante como un todo.
- Se deben generar alianzas con las diferentes instituciones educativas como universidades, tanto a nivel de región o foráneas para que brinden una capacitación pertinente educación dirigida a las actividades rurales y de turismo promoviendo la vinculación de sus estudiantes con los operadores turísticos locales o foráneos, para que realicen sus prácticas y pasantías, llevado transferencia tecnológica actualizada y recibir retroalimentación de los conocimientos ancestrales.
- El Turismo rural se debe caracterizar porque sus servicios sean prestados directamente por las familias de los productores agropecuarios o del agro empresario y que su desarrollo propenda por el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural.
- El Agroturismo debe estar vinculado a procesos de desarrollo local sostenible, con elementos económicos de equidad y ambiente y como un eje transversal al factor cultural, étnico y religioso.
- El agroturismo como tal permite el desarrollo de distintivos de calidad, entre ellas las denominaciones de origen e indicaciones geográficas y la creación de marcas que diferencien sus productos como orgánicos o agroecológicos,

aprovechando la nueva tendencia que busca el cambio hacia nuevos hábitos alimentarios saludables.

BIBLIOGRAFIA

Agroturismo, Una Alternativa para el Desarrollo Rural

Dimensión Cultural de un Agroturismo Sostenible, Ruiz Soto Margarita F, presentación power point, 20 diapositivas, Agrotur

ECHEVERRY, L; GIRALDO, M & ROMAN, M. 2007. Plan de Negocios: Comercializadora C.I Greem Farmers. Trabajo de Grado Universidad Católica de Oriente, Rionegro, Colombia. 158 p.

El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local, Riveros Hernando y Blanco Marvin, 34 páginas Junio 2003.

GARCIA, O. 1999. Administración Financiera: Fundamentos y Aplicaciones. 3ra edición. Cali, Colombia. Prensa Moderna, Impresores S.A. 574 p.

GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA. Decreto No. 0847 de marzo 29 de 1995. Por medio del cual se crea el Consejo Departamental de Agricultura Biológica.

Guía turística, zona rural de Santiago de Cali, 2005. Alcaldía Santiago de Cali, UMATA, Fundación Vivir. Obando Francie E y otros. 124 paginas

Gurria di Bella, Manuel. Turismo moderno de orientación ecológica. Estudio de caso en Colombia. Universidad de las Americas, Puebla, Mexico. Volumen 5, 1996.

KIM, W & MAUBORGNE, R. 2005 La Estrategia del Océano Azul. Grupo editorial Norma. Bogota, Colombia. 332 p.

KIM, W & MAUBORGNE, R. 2005 La Estrategia del Océano Azul. Grupo editorial Norma. Bogota, Colombia. 332 p.

La granja y sus partes

Leal de Rodriguez, María M, 1988, IICA, Propuesta de turismo rural para la región andina.

MEJÍA GUTIÉRREZ, Mario. Agricultura sin tóxicos. Cali, 1996. Corporación Mi Nuevo Mundo. Talleres Gráficos de IMPROS Ltda.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, Desarrollo Rural y Apertura Económica IICA. Santa fe de Bogotá ; noviembre 1992.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo en Colombia un sector de oportunidades, Viceministerio de Desarrollo Empresarial, Bogotá 2003.

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, Política Nacional de Producción limpia, Santa Fe de Bogotá, D.C. octubre de 1997.

Perspectivas futuras del empleo y el desempleo del oriente antioqueño desde varios escenarios (2004-2008). Cuadernos PNUD, Diciembre 2004.

Plan Subregional de Turismo Oriente Antioqueño, II Laboratorio de Paz Oriente Antioqueño, Proyecto Turismo Para La Paz, Destino Verde de Antioquia, Unión Europea, Acción Social Presidencia de la República, Gobernación de Antioquia, Prodepaz, Construcción Colectiva del Territorio Misión Compromiso de Todos, CISP, Rionegro Junio 2009, 121 páginas.

Propuesta de turismo rural para la región andina Resumen Consultora IICA: Arq. María Micaela Leal de Rodríguez Consultora en Turismo Rural, Documento 11 páginas Noviembre 2008

RAMIREZ CASTAÑO, Gustavo. Agricultura orgánica. Lita Buja impresores, Buga 1999.

SENA. Regional, Antioquia Choco. En Revista Ecología y vida año 3 No. 3 agosto 1995 Medellín Colombia.

Turismo en Colombia: Un sector de oportunidades, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Desarrollo Empresarial Dirección de Turismo. Documento 29 páginas

UNIVERSIDAD DE CALDAS. FACULTAD DE AGRONOMIA, Primer Simposio Colombiano de Agricultura Biológica, en segunda época Vol.5 No. 2-3(suplemento) Agosto de 1993. Manizales.

UNIVERSIDAD DE CALDAS. FACULTAD DE AGRONOMIA, Primer Simposio Colombiano de Agricultura Biológica, en segunda época Vol.5 No. 2-3(suplemento) Agosto de 1993. Manizales.

www.antioquia.gov.co

www.cci.org.co/informacion/sipsa/index.html

www.dane.gov.co

www.dnp.gov.co

www.edunet.edu.co

www.elcolombiano.com

www.eltiempo.com

www.lamayorista.com.co