

## Capítulo 12

# El Agroecoturismo Sostenible: Una Alternativa para los Agricultores y Pequeños Ganaderos

Daniel Uribe Restrepo<sup>1</sup>  
Margarita Ruiz Soto<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Médico Veterinario Zootecnista, MSc. Ciencias Animales – Universidad de Illinois, Director Ejecutivo de la Corporación Colombiana para el Agroecoturismo y Ecoturismo Sostenible – AGROECOTUR.

<sup>2</sup> Licenciada en Filosofía, Master en Comunicación Social, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica.

## INTRODUCCIÓN

La restauración ecológica y manejo sostenible de un predio rural productivo puede ser favorecida mediante ingresos económicos complementarios derivados del agroecoturismo. A su vez, el agroturista puede encontrar en las fincas en reconversión un ambiente más sano y rico en interacciones. Así, esta actividad puede ser una alternativa más de ingreso económico para productores que se han propuesto alcanzar un mejoramiento escénico, productivo y ambiental de su finca, posibilitando su permanencia y bienestar en el campo.



**Foto 12.1**

Finca agroecoturística El Ocaso, cuenca río La Vieja, Municipio de Quimbaya, Quindío. Foto: Carlos Pineda, archivo CIPAV.

El ordenamiento ambiental del territorio ha sido materia de preocupación y análisis por numerosas instancias, tanto gubernamentales como privadas, desde lo predial, lo municipal y lo departamental, hasta los niveles de región, nación y el mundo. Es un tema de preocupación nacional y también internacional que amerita esfuerzos multidisciplinarios, desde las ciencias económicas y ambientales hasta las ciencias sociales y políticas, que llega a incidir incluso en marcos normativos y políticas públicas de desarrollo rural y urbano.

Por otro lado, las buenas prácticas para el cultivo y la producción agrícola, pecuaria y forestal han sido materia de investigación científica, propiciando a partir de los resultados de investigación la aprobación de incentivos económicos, fiscales, tributarios y de asistencia técnica facilitada, que buscan estimular el buen comportamiento del productor y el rendimiento socioambiental del predio productivo. La intención más aceptada por los programas y proyectos de desarrollo rural en este campo de acción es incrementar las externalidades positivas inherentes a la actividad agropecuaria y al mismo tiempo disminuir las externalidades negativas que

caracterizan a los sistemas insostenibles de producción. Se busca así poner freno a la explotación extractivista que se realiza sin consideración por la restitución y regeneración de las bases ambientales y sociales que constituyen el fundamento mismo de la producción y de la función social y ambiental de la tierra.

Para aquellos productores y predios que se distinguen por poseer sistemas sostenibles de producción, el agroecoturismo puede ser un incentivo económico que premie y al mismo tiempo estimule la continuidad y perfeccionamiento de las prácticas amigables con el medio ambiente y la sociedad. El agroturista puede interesarse más por hospedarse y descansar en un predio de esta naturaleza que en un predio donde los sistemas productivos no se ajustan a la necesidad mundialmente reconocida de la sostenibilidad. Así, el agroecoturismo puede ser una herramienta que valoriza el patrimonio ambiental y social del predio, al mismo tiempo que otorga condiciones saludables para el descanso del visitante.

**Foto 12.2**

Una turista extranjera caminando por el cafetal. Finca agroecoturística Villa Holguín, Montenegro, Quindío. Foto: Carlos Pineda, archivo CIPAV.



Un turista normal, que bien podría ser descrito como una persona criada y educada en la ciudad, quizás no se interese ni se preocupe por un sistema silvopastoril (SSP) o un arreglo agroforestal en una finca o hacienda. Pero ciertamente, al ciudadano promedio de este planeta le preocupa la destrucción de la capa de ozono y el calentamiento global, y tiene acceso a información para formar sus propios conceptos y criterios en el tema. Pues bien, si a esta persona se le indica y explica cómo un SSP contribuye a capturar dióxido de carbono y por lo tanto contribuye a mitigar el efecto invernadero, lo que inicialmente era un elemento desconocido pasa a ser un atractivo de su interés y estará dispuesto a compartir una sensación de gozo y satisfacción por su existencia. Lo mismo podríamos decir ante la preocupación por la contaminación de alimentos con insecticidas y pesticidas perjudiciales para la salud

humana, ante lo cual el turista promedio podría interesarse por un hospedaje rural donde será servido con alimentos orgánicos o productos en forma agroecológica.

Esta propuesta de carácter exploratorio para analizar y desarrollar las relaciones sinérgicas entre el turismo y la sostenibilidad productiva de un predio rural, surge en el marco del proyecto “Enfoques Silvopastoriles Integrados para el Manejo Integrado de Ecosistemas” que ejecuta la Fundación CIPAV en los departamentos del Quindío y Valle del Cauca (región Andina de Colombia) con el auspicio del Fondo de Conservación Global - GEF y el Banco Mundial.

### **AGROECOTURISMO Y GANADERÍA SOSTENIBLE: ¿CUÁLES SON LAS POSIBILIDADES REALES DE UNA SINERGIA?**

Bien podríamos alabar y congraciarnos indefinidamente en las excelsas bondades y cualidades del entorno y la cultura rural, resaltando la calidad de sus gentes, la pureza de sus ambientes y paisajes, el sabor y aroma de su gastronomía y la abundancia de maravillosas estéticas expresas en los cultivos, flores, construcciones, vestimenta y demás adornos que hacen de las fincas un atractivo turístico legítimo y verdadero. En efecto, los ejercicios de planificación del turismo no se cansan de resaltar la importancia de contar con un buen inventario de atractivos turísticos, puesto que son estos los que impulsan al viajero a trasladarse a una zona y no a otra.

Sin embargo, para augurar buen futuro al agroecoturismo, consideramos sensato y útil analizar el comportamiento del turista y sus tendencias de viaje. Las organizaciones más estudiosas e informadas del sector turismo coinciden en afirmar que las estadísticas de viaje identifican hoy la tendencia del turista de alejarse de los programas tradicionales recreativos de “sol y playa”, favoreciendo nuevas formas de turismo alternativo que ofrecen experiencias más enriquecedoras, novedosas, distintas, sinceras (auténticas) y al mismo tiempo entretenidas, fundamentadas en el contacto con la cultura y la naturaleza de los sitios visitados. Esta tendencia cobija no solo a los turistas que compran un producto especializado de turismo de naturaleza o turismo alternativo (viajes de observación de vida silvestre, ecoturismo, agroecoturismo, turismo de aventura, etc.) sino también a los turistas que al estar disfrutando de productos tradicionales de sol y playa adquieren actividades adicionales o extras que les brindan un contacto con la naturaleza o con un elemento atractivo de la cultura local, obteniendo una experiencia individual y familiar enriquecedora que más adelante podrá ser extendida con un segundo contacto.

El turista viaja con el afán de vivenciar (o “consumir” en el lenguaje economicista) un producto específico, bien definido y delimitado, tanto en sus características cualitativas como cuantitativas, de lugares, estancias, actividades y precios. Son pocos los turistas que viajan con una agenda indefinida, dispuestos a aventurar

en parajes rurales sin identificar previamente los sitios donde dormirá, cenará y pasará un rato agradable. Este tipo de turismo abierto suele darse en destinos turísticos muy desarrollados, donde la oferta de servicios, información y vías de comunicación es abundante y muy diversificada, con márgenes muy amplios de seguridad y confiabilidad.



Fotos 12.3 y 12.4

Producción de heliconias para mercados locales e internacionales. Finca El Bambusal. Montenegro, Quindío. Fotos: Carlos Pineda, archivo CIPAV.

Los vacíos de información y certeza en el viaje, esto es, la sensación de inseguridad que significa no tener control sobre todos los aspectos de un viaje, se llenan más fácilmente cuando el lugar de visita está posicionado como un destino turístico. Por ello, la mayoría de turistas direccionan su impulso de viajar hacia destinos turísticos bien consolidados, gracias al alto nivel de desarrollo de infraestructura y cultura turística.

¿Podrá entonces sobresalir la oferta agroturística de una finca ganadera, con frecuencia ubicada en zonas marginales de desarrollo económico? ¿Podrá el turismo ser una verdadera fuente de ingreso y bienestar para un ganadero pequeño o mediano, ubicado en el gran espacio rural? ¿Cómo lograrlo? ¿Qué comportamiento turístico (ej. porcentaje de ocupación) podrá tener una finca ganadera ubicada en un territorio turísticamente desconocido y marginado? ¿Ese comportamiento, será rentable? ¿Podrá ser beneficioso para el productor y su familia?

En Europa, el turismo rural se desarrolló como una política de estado para la fijación de la población rural, esto es, como una herramienta para frenar la migración de los habitantes del campo hacia la ciudad, creando una actividad económica complementaria al negocio agropecuario. Este turismo rural ha gozado de subvenciones, estímulos y respaldo político de los gobiernos, lo cual difícilmente podrá repetirse para el caso de países con escasos recursos públicos y apremian-

tes necesidades en educación, salud, vivienda y empleo. Aún así, el turismo rural en las regiones de Europa difícilmente supera una ocupación media del 30% anual y el retorno a la inversión muchas veces no es el esperado. No obstante, la actividad turística se ha posicionado en la casi totalidad de los casos como la actividad principal, sin por ello aliviar del todo la crisis social y económica del sector rural.



**Foto 12.5**

Bosques con alta presencia de guadales en el eje cafetero. Quindío, Colombia.  
Foto: David Fajardo, archivo CIPAV.

Para muchos países latinoamericanos, la falta de recursos humanos calificados, el capital limitado y el comportamiento muchas veces caótico del mercado, hacen más difícil aún el posicionamiento de un producto de turismo rural ofertado por un productor “normal”.

La respuesta parcial a estos interrogantes, nos parece, está en la **identidad y autenticidad** del producto turístico, en este caso, del producto agroturístico. Y en el necesario casamiento del producto “hecho a la medida” con un segmento específico del mercado donde se ubican los agroturistas con sus motivaciones de viaje y necesidades insatisfechas. Resulta entonces de vital importancia la fase de diseño del producto turístico y la necesidad de una estrategia especial de comercialización y comunicación con los clientes. Los productos turísticos más exitosos son aquellos que se diseñan en respuesta a la demanda de un segmento motivacional de viaje bien conocido y entendido en sus necesidades y exigencias.

Dada la globalización y avance de las comunicaciones, el diseño de productos agroturísticos con atributos de autenticidad no es siempre fácil de discernir y lograr. A manera de ejemplo, el ingreso al territorio rural de los “neorrurales” (personas nacidas y criadas en la ciudad, desencantadas con su cultura urbana y aferradas a una esperanza de mejor calidad de vida en el campo) acarrea nece-

sariamente transformaciones de la estética rural. También, la remodelación del patrimonio arquitectónico rural con patrones estéticos y estándares de calidad tomados del modelo de turismo urbano, son algunos de los retos que es necesario superar para derivar en un producto agroturístico de alta identidad y calidad.

### 3. MODALIDADES DE TURISMO RURAL<sup>1</sup>

No existe un acuerdo claro entre los especialistas de turismo rural en la definición de qué es y qué no es turismo rural. Incluso las organizaciones de turismo rural en Europa, continente donde la experiencia ha sido más larga y desarrollada, discuten sobre el concepto sin llegar a un consenso. Para el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el “turismo” se define como “actividad o hecho de viajar por placer”, pero para la Organización Mundial de Turismo (OMT) comprende “todo tipo de actividades realizadas por una persona por fuera de su lugar normal de residencia”. Por otro lado, lo “rural” se define en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española como “perteneciente a la vida en el campo y sus labores”.

Para avanzar hacia un concepto unificador, podríamos decir que el turismo rural existe cuando la cultura rural es un elemento clave del producto turístico. Así, por ejemplo, Eurotur define el turismo rural como la valorización de espacios rurales, recursos naturales, patrimonio cultural, viviendas rurales, tradiciones y productos locales, a través de marcas turísticas que reflejan la identidad local y cubren las necesidades del consumidor (alojamiento, alimentación, ocio, animación, etc.), con el objetivo último de alcanzar un desarrollo local sostenible. Simplificando, el turismo rural es el conjunto de actividades turísticas relacionadas con la acogida y hospitalidad ofrecidas por la población residente de las áreas rurales.

#### *El concepto de agroecoturismo sostenible*

Dentro del marco amplio del concepto de turismo rural, el agroecoturismo se refiere a la presencia de una actividad turística en unidades agrarias en producción (activas), que permite a los agricultores diversificar su producción e ingresos. Así, es importante reconocer que el agroecoturismo es una herramienta para el desarrollo integral del territorio, donde la interacción humana es un elemento central y donde la iniciativa puede y debe estar bajo control de la población local.

---

<sup>1</sup> Adaptado de: Grupo de Discusión Corporación AGROECOTUR. “La oferta agroturística como estrategia económica y cultural para un desarrollo social sostenible”. Ponente: Margarita Flora Ruiz Soto. Seminario “El Agroecoturismo: un aporte a la cultura, el ambiente y la economía rural” organizado por CIPAV y CRQ. Armenia, Noviembre 7 de 2003.

El agroecoturismo es una actividad turística especializada, acogida por un ecosistema rural, desarrollada en unidades productivas agrícolas, pecuarias y/o forestales, en relación de *complementariedad* con su producción primaria. En consecuencia, la unidad turística que está en condiciones de desarrollar un oferta agroturística es **la unidad agraria en producción**, que en Colombia se llama finca, granja, parcela, chagra o hacienda.

Por “actividades agroturísticas” se entienden, exclusivamente, las actividades de recepción y alojamiento, realizadas por los productores agrícolas de manera individual o asociada, y de sus familias, en conexión y complementación de las actividades inherentes a la producción agropecuaria como por ejemplo, los cultivos de la finca, la cría de ganado y la silvicultura, actividades que, de todas formas, deben permanecer como principales. En este caso, el desarrollo de las actividades agroturísticas no constituye una distracción de la destinación agrícola de los predios y de su infraestructura asociada.

Las “actividades agroecoturísticas” pueden ordenarse en tres grandes grupos de servicios, aclarando que un productor agrícola puede ofrecer solo una de ellas o todas a la vez, dependiendo de las características y nivel de desarrollo de su oferta:

#### **Finalidad del agroecoturismo**

La agricultura como estilo de vida rural puede ser sostenida mediante formas idóneas de turismo en los campos, dirigidas a favorecer el desarrollo y el equilibrio de la unidad agropecuaria y por extensión de una región agrícola, facilitando así la permanencia de productores agrícolas en las zonas rurales, a través de ingresos económicos complementarios y el mejoramiento de las condiciones de vida (Uribe 2002).

- a) Dar temporalmente hospitalidad (alojamiento) a los turistas.
- b) Suministrar para el consumo y en el mismo lugar de la actividad agroturística, los alimentos y bebidas elaborados preferiblemente con productos propios de la finca, la vereda o la región, conforme a la usanza y gastronomía local y familiar.
- c) Organizar actividades recreativas o culturales, en el ámbito de la empresa y de la comunidad rural, centradas en las faenas productivas propias del campo y en los modos de recreación y esparcimiento de la comunidad rural.



Foto 12.6

Avistamiento de aves e interpretación del paisaje, actividades presentes en casi la totalidad de los predios que ofrecen agroecoturismo. Foto: César Cuartas, archivo CIPAV.

De la anterior manera, el agroecoturismo se entiende como una actividad legítima de la familia rural que reafirma sus valores, tradiciones, creencias y estilos de vida, generando al mismo tiempo un ingreso económico y una dedicación laboral que complementa los demás ingresos y labores de empresa rural. La viabilidad de la empresa rural agroturística significa bienestar social en la interacción armónica y cooperante entre los habitantes del campo y la ciudad.

### **Principios fundadores del agroecoturismo**

El agroecoturismo se diferencia de otros tipos de turismo rural como, por ejemplo, el alojamiento rural, donde el turista se hospeda en una casa en el campo cuyos propietarios están ausentes y donde el visitante no disfruta de una interacción directa con la familia rural productora y su estilo de vida. El negocio de alquiler de fincas se da sobre el distanciamiento de la familia rural en oposición a la interacción deseada por el agroecoturismo entre la ciudad y el campo.

El agroecoturismo está dictado por dos principios fundadores:

**Principio de Conectividad:** En el agroecoturismo el turista se recrea en las actividades propias de las faenas y vida en el campo, por ejemplo, aprendiendo cómo se realizan los cultivos y cosechas, el manejo del ganado, las caminatas o cabalgatas, las artes y manualidades, la gastronomía local y demás actividades de la vida en el campo. Este principio conlleva que la empresa agroturística se fundamente en la demanda local de empleo y en el consumo de productos locales generados por la finca y otros miembros de la comunidad, propiciando el encadenamiento productivo.

Para que el principio de conectividad se cumpla, es menester la interacción del visitante con los miembros de la familia rural, desarrollando así una verdadera connotación de “huésped” y “anfitrión”. De otra forma no es posible que el visitante acceda y disfrute plenamente de los modos y formas de vida rural. En este caso no aplica la famosa máxima popular “mejor solo que mal acompañado”: en el agroecoturismo es menester que el turista interactúe con los habitantes del campo, acompañado de buenos anfitriones y excelentes guías e intérpretes de la cultura rural.

**Principio de Complementariedad:** En el agroecoturismo, el ingreso económico percibido por las actividades agroturísticas complementa la actividad productiva rural pero no la reemplaza. Si bien el ingreso monetario del agroecoturismo puede superar los ingresos percibidos por las demás actividades de la unidad agropecuaria, la dedicación laboral de la familia rural sobre las faenas propias del campo debe ser mayor en términos de tiempo laboral. De lo contrario, el productor rural se convierte en un empresario cuya finalidad es la atención del negocio turístico, abandonando las actividades que le otorgan su idiosincrasia de productor rural.

La ley colombiana define el agroecoturismo como aquel “Tipo de turismo especializado y dirigido 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 con la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural” (Ley 300 de 1996).

### **3.3 Matriz clasificatoria de los distintos tipos de unidad turística**

El agroecoturismo está mediado por la dinámica socioeconómica y cultural que conecta a dos sujetos esenciales sin los cuales no es posible hablar de agroecoturismo: la unidad productiva donde se establece la oferta de servicios turísticos (unidad agroturística) y el demandante de dichos servicios (turista). Para clasificar las diferentes clases de turismo rural especializado, AGROECOTUR ha elegido el polo oferente (el prestador del servicio turístico) porque quien ofrece los servicios

agroturísticos es un actor protagónico de la geografía y cultura donde se realiza la actividad. El oferente está llamado a conocer y manejar el lugar y las condiciones culturales y naturales del destino turístico.

La matriz clasificatoria (ver gráfico) diferencia las distintas clases de unidades productivas del medio rural. Los criterios utilizados son:

- a) El tipo de ecosistema que acoge la actividad turística;
- b) El tipo de eje productivo que caracteriza la unidad agraria;
- c) El tipo de relación entre la actividad turística y el eje productivo.

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	Unidad de conservación estatal	Finca 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 <small>En conservación y/o restauración</small>		Ecosistemas rurales (agroecosistemas)			

**Corporación Colombiana para el Agroturismo y Ecoturismo Sostenible - AGROECOTUR**

- Dos tipos de ecosistemas acogen la actividad turística: los ecosistemas naturales y los ecosistemas rurales;
- Están presentes seis tipos de ejes productivos: agrícola, pecuario, forestal, artesanal, ambiental y empresa turística *per se*;
- Se aplica el principio de complementariedad —central en la conceptualización europea—, para entender la relación de la actividad turística con el eje productivo. Esta relación puede ser de complementariedad o de identidad.

En la **relación de complementariedad**, la actividad turística *complementa o coadyuva* (pero nunca sustituye) la actividad central de la unidad productiva, sea ella agrícola, pecuaria, forestal, ambiental o artesanal. Para el caso del ecoturismo, la actividad ecoturística coadyuva al propósito central de la reserva natural, es decir, el imperativo de conservación de la biodiversidad y ecosistemas naturales

fija los límites de desarrollo turístico en la unidad. Implica además y no en menor grado de importancia, que la oferta turística se articule con las actividades de la comunidad de vecinos, pues el respeto por la vida productiva, social y cultural de la comunidad prima sobre el ánimo de lucro de la unidad turística.

En la **relación de identidad**, la actividad turística en sí misma otorga sentido social y económico a la unidad productiva, donde todo lo que se produce tiene por objeto atraer y satisfacer al turista para maximizar los rendimientos de una empresa turística. Este es el caso de los hoteles, parques temáticos y “resorts” con “todo incluido”.

Al interior de las dos clases principales de actividad turística (el ecoturismo y el turismo rural), se diferencian seis subclases, a saber: el ecoturismo de la sociedad civil; el ecoturismo de Estado; el agroecoturismo; el turismo rural artesanal; el turismo rural de recreación masiva; el turismo rural hotelero.

### **EL AGROECOTURISMO COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y AMBIENTAL EN EL EJE CAFETERO DE COLOMBIA**

La colonización antioqueña de finales del siglo XIX y principios del siglo XX dio paso al poblamiento y consolidación de una extensa red de ciudades y pueblos a lo largo del río Cauca cuya economía se fundamentó a partir de 1940-1950 en el cultivo del café. La que era una extensa región de bosques naturales fue paulatinamente transformada en una región esencialmente agrícola, favorecida por el clima, abundancia del recurso hídrico, suelos fértiles derivados de erupciones volcánicas y depósitos aluviales cerca de los ríos.

Los altos precios del café en el mercado internacional propiciaron políticas y tecnologías de monocultivo, impulsadas por la Federación Nacional de Cafeteros, basadas en variedades de café genéticamente mejoradas para cultivo bajo plena exposición al sol, lo cual llevó a la erradicación de los árboles de sombrero que acompañaban a las variedades tradicionales de café.

Paradójicamente, los sistemas de explotación cafetera no fueron adaptados a las condiciones de fragilidad de los suelos y complejidad de los ecosistemas naturales, llevando a que en el Quindío y departamentos del eje cafetero (Caldas, Risaralda, Quindío, Tolima y Valle del Cauca) se presenten altos índices de erosión de los suelos; pérdida de regulación hídrica; pérdida de la calidad del agua por contaminación con aguas residuales domésticas y del procesamiento del café (aguas-mieles); pérdida acelerada de la biodiversidad en flora y fauna por la destrucción de hábitat, la fragmentación de los bosques, la contaminación de los ecosistemas acuáticos (ríos y quebradas), el desecamiento de las lagunas y humedales y la introducción de especies exóticas que han desplazado a las nativas.

## El turismo en el Quindío

El turismo en el Quindío y el Eje Cafetero surgió a partir de 1990, como respuesta a la crisis económica del café derivada de la caída en los precios internacionales del grano y la pérdida de la competitividad por plagas y enfermedades como la roya y la broca del café después. Algunos dueños de fincas cafeteras aprovecharon las comodidades y belleza de sus viviendas rurales, producto de los años de bonanzas y conservación de la cultura rural, incursionando en la prestación de servicios turísticos con alojamientos rurales y una invitación cultural alrededor de las festividades del café y la arquitectura colonial propia de la región. Esta oferta fue complementada con los atractivos naturales del departamento, esencialmente el valle de Cocora y la palma de cera (árbol nacional de Colombia), la tonalidad verde encendida de los campos quindianos, el hermoso paisaje del piedemonte y la cordillera, el valle de Maravéz en el río La Vieja, el Parque Nacional Natural Los Nevados y una alta variedad de pisos térmicos en distancias muy cortas. Además, las costumbres y amabilidad de sus gentes, así como la situación relativamente tranquila en el orden público fueron factores propicios para el turismo. Todo lo anterior combinado con su excelente ubicación geográfica en el triángulo Medellín-Bogotá-Cali, donde habita el 56% de la población total del país, se produce el 76% del producto interno bruto, se realiza el 75% del comercio y se ofrece el 73% de los servicios generales, posibilitó la aparición de la actividad turística como alternativa de desarrollo económico en el eje cafetero (Uribe 2002).

Foto 12.7

La palma de cera del Quindío es el árbol nacional de Colombia. Su nombre científico es *Ceroxylon quindiuense*. Salento, Quindío.  
Foto: Carlos Pineda, archivo CIPAV.



Reconociendo la necesidad de ampliar la oferta de actividades turísticas, grupos empresariales de la región recibieron el apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros y se construye el Parque Nacional del Café en Montenegro, como un ho-

menaje a la cultura cafetera y al esfuerzo de sus gentes, abriendo sus puertas al público en 1995. Luego, en 1999 se construyó el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (PANACA) en el municipio de Quimbaya, consolidando una oferta turística basada en parques temáticos, respaldada en el desarrollo de una importante capacidad de acomodamiento y hotelería rural en haciendas cafeteras de arquitectura tradicional, instalaciones campestres modernas (en modalidades como finca hoteles, hostales y hoteles en zona rural), a corta distancia de los parques. Por medio de esta infraestructura hotelera, el departamento del Quindío tiene una capacidad de alojamiento cercana a 4500 camas, con más de 500 fincas prestando servicios de alojamiento rural.

La región del Eje Cafetero se posicionó en el 2001 como primer destino turístico al interior del país, con su producto de turismo rural y segundo destino nacional después de las ciudades de Cartagena, Santa Marta y San Andrés (mar Caribe) que están en el mercado como destinos turísticos con un producto de sol y playa.

Las entidades públicas y privadas han centrado sus esfuerzos en desarrollar la capacidad de hospedaje en fincas rurales y centros urbanos para dar cabida a un turista cuya finalidad principal es visitar los parques temáticos (Parque del Café y PANACA) y recrearse secundariamente en la oferta turística complementaria como el balsaje por el río de La Vieja, el Jardín Botánico del Quindío en el municipio de Calarcá, las festividades de las cabeceras municipales, el valle de Cocora y el Parque Nacional Natural de Los Nevados. En consecuencia, la actividad turística en zonas rurales del departamento no se relaciona directamente con la actividad productiva de la unidad agropecuaria y los estilos de vida rural propios de las familias del campo quindiano. En otras palabras, en medio del gran desarrollo turístico del Eje Cafetero, el agroecoturismo brilla por su ausencia.

## **LA CORPORACIÓN COLOMBIANA PARA EL AGROECOTURISMO Y ECOTURISMO SOSTENIBLE – AGROECOTUR**

### ***Conformación y principios de AGROECOTUR***

Los días 9, 10 y 11 de septiembre de 2002 se realizó el ***Primer Taller sobre Potencial Agroturístico en Sistemas Agropecuarios en Reconversión*** en la vereda Santa Bárbara del municipio de Tinjacá (Boyacá), convocado por el Banco Mundial, FAO y CIPAV, con la asistencia de 35 personas entre productores y organizaciones que adelantan experiencias y proyectos de reconversión socioambiental en distintas regiones del país. El evento permitió conceptualizar el agroecoturismo al servicio del desarrollo rural sostenible, los principios fundadores para una experiencia organizacional, los aprendizajes organizacionales que tanto las entidades promotoras como los propietarios oferentes de servicios agroturísticos deben asumir, y un plan de acción para desplegar un esfuerzo colectivo de esta naturaleza (Ruiz 2002).

La corporación colombiana para el agroecoturismo y ecoturismo sostenible—AGROECOTUR— surgió en el 2003 como una organización no gubernamental (ONG), sin ánimo de lucro, de derecho privado, con fines de utilidad común e interés general.

Los **objetivos institucionales** de AGROECOTUR son los siguientes:

1. Contribuir a la revaloración de las culturas y tradiciones rurales, en que se hallan inmersas las familias oferentes de servicios turísticos, mediante el estudio, reconocimiento y conservación de la estética y cosmogonía rurales manifiestas en: la ritualidad cotidiana; la arquitectura vernácula; la diversidad gastronómica; la producción artesanal y musical; las narrativas rurales y la memoria colectiva; y las artes, oficios y saberes tradicionales.
2. Contribuir al desarrollo rural, socialmente equitativo, que reconoce y potencia la diversidad cultural de los sistemas de producción agropecuaria y forestal, y preserva la diversidad biológica del patrimonio nacional.
3. Contribuir al desarrollo del potencial multi-funcional de los predios rurales, para facilitar la permanencia en el campo, y el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de pequeños y medianos productores rurales.
4. Incentivar a las familias rurales para que emprendan procesos de reconversión agropecuaria y restauración ambiental en sus predios.
5. Contribuir al incremento de los ingresos de las familias cuyas fincas sean agro-ecológicas, o estén en proceso de reconversión, mediante proyectos y programas que consoliden su transformación agro-tecnológica y su viabilidad económica.
6. Contribuir con programas de desarrollo turístico, socialmente equitativos y ambientalmente sostenibles, dirigidos a las comunidades rurales en que se hallan sus miembros oferentes de servicios turísticos y/o organizaciones miembros oferentes de servicios turísticos.
7. Adelantar programas y ejecutar proyectos que permitan construir una oferta de servicios turísticos, diversificada y de calidad, a lo largo y ancho del territorio rural nacional.
8. Desarrollar un sistema de apoyo logístico, publicitario y administrativo que facilite la actividad turística de los miembros oferentes de servicios turísticos y/o organizaciones miembros oferentes de servicios turísticos.
9. Estructurar y operar la **Red Nacional de Servicios Turísticos AGROECOTUR**, de manera tal que su funcionamiento satisfaga las expectativas de variedad, equidad, calidad y confianza que el visitante y huésped pueda albergar.
10. Representar los intereses económicos, tributarios, jurídicos y culturales de sus miembros y sus organizaciones oferentes de servicios turísticos.

11. Incidir en la elaboración y aplicación de políticas multi-sectoriales de carácter local, regional, nacional e internacional que favorezcan el ejercicio de la actividad turística, como una herramienta socioeconómica para un desarrollo rural socialmente equitativo y ambientalmente sostenible.
12. Facilitar el desarrollo de las habilidades de sus miembros y colaboradores, relacionadas con el mejoramiento de la actividad turística y de la producción agrícola, pecuaria, forestal, ambiental y artesanal.
13. Fomentar la generación de nuevos conocimientos relacionados con la cultura turística rural y ecológica; y el desarrollo de la pequeña y mediana empresa rural, a través de investigación participativa, adelantada en colaboración con personas naturales, instituciones públicas, y/o organizaciones privadas.
14. Fomentar la generación de nuevos conocimientos agro-tecnológicos, acordes tanto con los principios y fines ecológicos de protección y restauración de los agro-ecosistemas, como con los fines éticos de autonomía y soberanía alimentaria de los productores rurales y las comunidades tradicionales, a través de investigación participativa, adelantada en colaboración con personas naturales, instituciones públicas, y/o organizaciones privadas.
15. Brindar servicios de asesoría, consultoría, investigación y asistencia técnica a personas naturales, comunidades rurales, organizaciones públicas y/o privadas, en Colombia y otros países.



Foto 12.8. Recolección de café en la finca agroturística El Rodeo. Foto 12.9. Aspecto exterior de la finca. Municipio de Circasia, Quindío. Fotos: Carlos Pineda, archivo CIPAV.

AGROECOTUR acoge nueve **principios fundadores** que guían la gestión de un verdadero turismo rural y ecoturismo sostenibles: conectividad, complementariedad, sostenibilidad, democratización, multiculturalismo, calidad, claridad, preferencia, cooperación.

### ***Principio de conectividad***

1. Exige conexión entre la actividad turística y la actividad productiva del oferente. Dicha conexión se da mediante la oferta de artículos y/o alimentos producidos en la unidad turística o comunidad, y la oferta de actividades recreativas características de la cotidianidad local: visitas guiadas, participación en las actividades productivas, caminatas, cabalgatas, baños de quebrada y similares, etc.
2. Exige conexión entre la actividad turística y la conservación o restauración del patrimonio arquitectónico, respetando la estética y materiales tradicionales de las construcciones rurales.
3. Exige conexión de la actividad turística con las demandas locales de empleo y comercialización de productos.

### ***Principio de complementariedad***

1. Las actividades turísticas están en relación de complementariedad con la actividad central de la unidad productiva, sea agrícola, pecuaria, forestal, ambiental o artesanal. Entendiendo que la actividad productiva no turística es mayor en términos de tiempo de trabajo invertido.
2. En el ecoturismo, la actividad ecoturística está en relación de complementariedad con el propósito central de la reserva natural. Entendiendo que el imperativo de conservación de los ecosistemas naturales o restaurados y su biodiversidad, fija los límites al desarrollo turístico en la unidad.
3. La oferta de la unidad turística rural tiene una relación de complementariedad con las actividades agrícolas, pecuarias, forestales, ambientales y artesanales de su comunidad de vecinos. Entendiendo que el respeto por la vida productiva, social y cultural de la comunidad vecina prima sobre el ánimo de lucro de la unidad turística.

### ***Principio de sostenibilidad***

1. La actividad productiva de la unidad turística propende por la conservación y restauración de la biodiversidad, los suelos, los sistemas hídricos y ecosistemas naturales.
2. Las prácticas culturales en la unidad turística conservan tradiciones rurales regionales o presentan una transformación adecuada a las situaciones del contexto, sin violentar el mundo cultural rural en que se hallan.
3. La administración de las relaciones socioeconómicas al interior de la unidad turística propende por la equidad económica y la justicia social (trato justo y equitativo en las relaciones laborales).

### ***Principio de democratización***

1. Exige la búsqueda de equidad en los precios de los servicios turísticos.
2. Exige la diversidad de oferta necesaria para satisfacer la demanda proveniente de todos los sectores socioeconómicos de la sociedad nacional e internacional.
3. Propicia la participación de todos los tipos socioeconómicos de propiedad rural, en la constitución de una oferta turística diversa y diversificada.

### ***Principio de multi-culturalismo***

1. El huésped tiene respeto por la alteridad cultural de las comunidades anfitrionas.
2. Los anfitriones tienen respeto por la alteridad cultural del huésped.
3. Celebra y cultiva el sano intercambio cultural ciudad-campo.
4. Reconoce y respalda la diversidad cultural de regiones y sub-regiones.
5. Disiente de la masificación del turismo.
6. Establece límites al número de visitantes, acorde con la capacidad de la comunidad anfitriona para preservar su especificidad cultural.

### ***Principio de calidad***

1. La oferta turística se ciñe a exigencias de higiene sanitaria, seguridad de la infraestructura y salubridad de los alimentos.
2. La atención al huésped vigila la amabilidad en el trato.
3. Los propietarios o quienes manejen la actividad productiva central de la unidad turística, son quienes reciben al huésped y lo familiarizan con la historia, los procesos productivos y la cultura local.
4. Establece parámetros de calidad que incentivan las manifestaciones culturales propias del mundo rural, antes que la sofisticación o el lujo ostentoso de las instalaciones y los procesos productivos de la unidad turística.
5. Exige cumplimiento de la ley y normatividad.

### ***Principio de claridad en la información al huésped***

1. Exige que la información publicitaria dada al turista corresponda con la oferta disponible, los precios establecidos y el servicio prestado.
2. El anfitrión deberá conocer y poner a disposición de su huésped la información circulante sobre servicios turísticos comunitarios, locales y regionales.

### **Principio de preferencia**

1. Impulsa las actividades pedagógicas y didácticas orientadas a dar a conocer las prácticas y sistemas productivos (enfoque agroecológico sostenible), los oficios tradicionales y labores culturales que propenden por el cuidado de la biodiversidad.
2. Privilegia la co-financiación de proyectos agroecológicos y de saneamiento ambiental, vinculados a las unidades turísticas.
3. Prioriza la inversión de recursos en las adecuaciones locativas y aprendizajes requeridos por las familias rurales de escasos ingresos económicos.
4. Privilegia el aprendizaje de los miembros de las familias y comunidades rurales oferentes de servicios turísticos, frente a la contratación de mano de obra especializada en la unidad turística.

### **Principio de cooperación**

1. Propicia la co-operación con programas de turismo rural, ecoturismo, y turismo cultural que no riñan con los principios antes mencionados, pues se entiende que la diversidad y trabajo en colectivo benefician la experiencia del turista y la calidad del destino.
2. Busca la cooperación entre la unidad turística, la comunidad de vecinos que la acoge, y la oferta turística local y regional.

### **Estrategias utilizadas por AGROECOTUR y resultados obtenidos con productores en el Eje Cafetero**

La gestión realizada por AGROECOTUR con el respaldo de sus instituciones co-fundadoras y organizaciones amigas ha seguido una secuencia lógica de actuaciones que obedecen al proceso mismo de construcción de la idea germinal y su contraposición con la realidad dictada por las preferencias del cliente, el comportamiento del mercado y la segmentación de la demanda turística. El enfoque técnico y filosófico plasmado en sus principios fundadores y objetivos institucionales ha entrado en interacción con los propietarios de fincas productivas y reservas naturales, para gradualmente y a través del ensayo y la evaluación sistemática de experiencias turísticas hacer los ajustes de diseño del producto turístico con miras a enfrentar el mercado. A continuación se describen de manera resumida las actuaciones realizadas.

a. *Diagnóstico del potencial agroturístico en fincas ganaderas:* Realizado por CIPAV y CRQ mediante encuestas, reuniones con productores y visitas a 100 fincas en el Quindío

y Valle del Cauca, 100 de ellas inscritas en el Proyecto “Enfoques Silvopastoriles Integrados para el Manejo de Ecosistemas”, en los meses de julio-diciembre de 2003.



**Foto 12.10**

Finca agro-turística Villa Holguín. Municipio de Montenegro, Quindío.  
Foto: Carlos Pineda, archivo CIPAV.

*b. Revisión de la experiencia chilena con productores e instituciones locales y planificación de propuestas agroturísticas:* El 7, 8 y 9 de noviembre de 2003 se realizó el **Seminario “Agroecoturismo: Un aporte a la cultura, el ambiente y la economía rural”**, convocado por la Gobernación del Quindío, CIPAV y CRQ, con el respaldo del Banco Mundial. Más de 120 productores, funcionarios de instituciones públicas, miembros de ONGs y empresarios compartieron el modelo chileno de turismo rural con el Doctor Luis Martínez Figueroa, Coordinador General de Turismo Rural del Gobierno de Chile (Instituto Nacional para el Desarrollo Agropecuario, INDAP) y la doctora Margarita Flora Ruiz Soto, exdirectora ejecutiva de AGROECOTUR. También, compartieron su experiencia dos productores rurales del Quindío cuya actividad turística tiende hacia el agroecoturismo sostenible. El 8 de noviembre, más de 30 productores rurales, promotores y extensionistas de turismo rural en el Quindío y Boyacá exploraron su creatividad en la elaboración de productos y destinos agroturísticos. El 9 de noviembre se realizó una gira de campo para el reconocimiento de las distintas modalidades de turismo rural en fincas del Quindío.

*c. Reuniones de planificación de circuitos:* Realizadas en diciembre de 2003 y enero de 2004, entre productores, CIPAV, CRQ y AGROECOTUR, para combinar las fortalezas y el aprendizaje compartido de dos o más fincas en circuitos donde el turista reciba un abanico amplio de oferta recreativa.

*d. Realización de pruebas piloto de agroecoturismo:* En enero y marzo de 2004 se realizaron dos pruebas piloto con seis productores del Quindío que atendieron grupos de visitantes provenientes de Cali y Manizales. La prueba corroboró la presencia

de productos agroturísticos amenos e interesantes para el visitante y el deseo de los productores por incursionar en esta alternativa empresarial. La aplicación de un formulario de satisfacción por los visitantes sirvió para retroalimentar a los productores. El mayor acierto fue la atención personalizada por la familia y el productor, su calidez y amabilidad. La prueba exigió la participación y esmero de todos los miembros de la familia del productor.

En noviembre de 2004 se desarrolló una prueba piloto para oferentes de Boyacá, con diez huéspedes visitando tres unidades turísticas en los municipios de Arcabuco, Sutamarchán y Villa de Leyva. En síntesis, las pruebas piloto permiten la valoración de la capacidad de oferta de las unidades productivas y familias participantes, del producto turístico y variables (tarifas, servicios).

*e. Visitas guiadas de estudiantes de colegios, agricultores y técnicos agropecuarios en capacitación:* Las fincas han acogido estudiantes de colegios en jornadas pedagógicas y grupos de agricultores, ganaderos y funcionarios de instituciones públicas y privadas en jornadas técnicas de capacitación. La atención de estos grupos se ha realizado con el agenciamiento turístico profesional de agencias de viaje y agencias operadoras de turismo dispuestas a co-operar con AGROECOTUR en el desarrollo del producto turístico. Con el apoyo de la Fundación CIPAV se han atendido grupos de agricultores del municipio de Marinilla (Antioquia), México y Panamá.

*f. Tertulias y conversatorios:* Con periodicidad quincenal, su finalidad es socializar la propuesta de agroecoturismo sostenible, conocer las expectativas de los productores rurales y detectar los potenciales y limitantes para el desarrollo de un proyecto de mayor envergadura. El diálogo e intercambio de experiencias entre productores se apoya en un instrumento diseñado por AGROECOTUR denominado "Guía de Reflexión para Oferentes de Servicios Turísticos", el cual consiste en una serie de preguntas y temas claves que sirven de inducción al turismo rural, para debatir en familia o en grupos de amigos.

*g. Talleres de inducción y capacitación en agroecoturismo y ecoturismo:* Con el apoyo de la Asociación Red Colombiana de Reservas Naturales de la Sociedad Civil - RESNATUR, organización co-fundadora de AGROECOTUR, hubo en el 2005 seis talleres de inducción y capacitación en agroecoturismo y ecoturismo sostenibles, para propietarios y familias de reservas naturales en Leticia (Amazonas), Santander y Altiplano Cundiboyacense, Jardín (Antioquia), Sierra Nevada (Santa Marta), Eje Cafetero (Quindío y Tolima) y Valle del Cauca. Los talleres ayudaron al diseño de productos agroturísticos y ecoturísticos por los propietarios, según las características y potenciales de cada reserva. La capacitación se extendió a otras regiones en el 2006 y 2007 (Darién Caribe y Orinoquia). El resultado final esperado es respaldar la sostenibilidad económica de las reservas naturales y de sus esfuerzos de conservación y producción sostenible, combinando productos ecoturísticos y agroturísticos.



**Foto 12.11.** Aspecto exterior de la finca. **Foto 12.12.** Aspecto interior de la finca. Finca El Yarumo, departamento del Quindío. Fotos: Carlos Pineda, archivo CIPAV.

*h. Conformación de la Agencia de Viajes Operadora AGROECOTUR:* Tras un análisis de las distintas clases de prestadores de servicios turísticos reconocidas por la ley colombiana y tomando en consideración la recomendación de expertos en la gestión del turismo, la Junta Directiva de AGROECOTUR decidió la conformación de la Agencia de Viajes Operadora AGROECOTUR como instrumento de respaldo a sus asociados para lograr la especialización y concreción material de las distintas formas de turismo rural donde se plasma la misión social de la corporación. La agencia inició actividades formales en abril de 2006 con sede comercial en el Quindío, por ser esta la región donde AGROECOTUR tiene su primer escenario real de operaciones.

## REFERENCIAS

- Ruiz M. 2002. Memorias programáticas, Primer Taller sobre Potencial Agroturístico en Sistemas Agropecuarios en Reconversión. Septiembre 9, 10 y 11 de 2002. Vereda Santa Bárbara, Tinjacá, Boyacá. Consultoría FAO.
- Uribe D. 2002. "Marco de planificación del desarrollo en el departamento del Quindío y el Eje Cafetero: Relaciones e implicaciones para el agroecoturismo". Ponencia, Primer Taller sobre Potencial Agroturístico en Sistemas Agropecuarios en Reconversión. CIPAV, Banco Mundial y otros. Septiembre 9, 10 y 11 de 2002, Municipio de Tinjacá, Boyacá.
- Secretaría de Turismo de la Gobernación del Quindío. Informe sobre el Turismo Rural en el Quindío. 2002. Secretario: Jorge Humberto Guevara Narváez. 10 pp.