



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios

**VISITA DE CAMPO Y  
PARTICIPACIÓN MESA TEMÁTICA  
GUASCA  
Calidad de aguas y Negocios verdes**

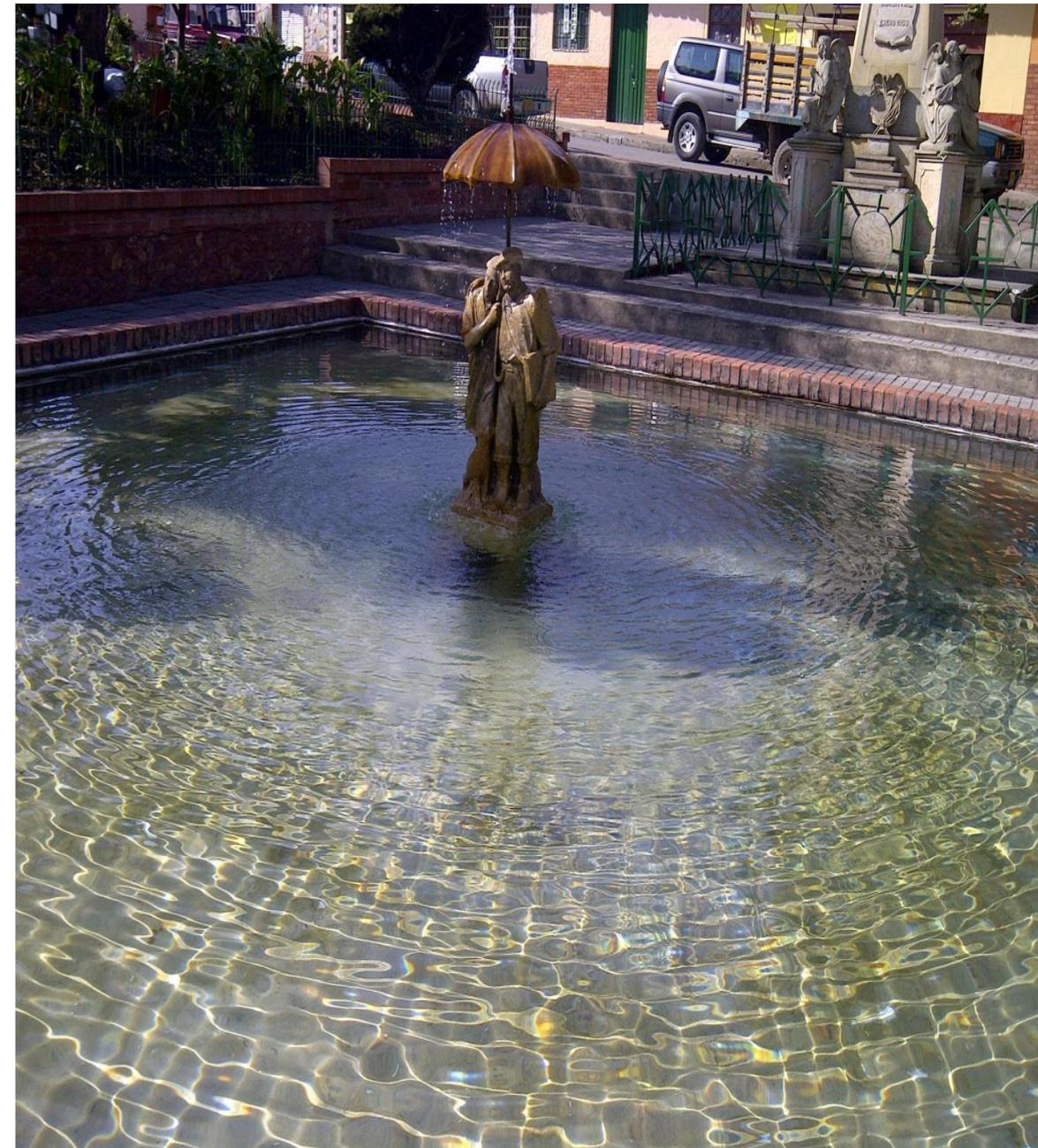
**Martha Lizzy Rojas García  
Elkin Sawbuer Salazar Castañeda**

**Guasca, febrero 26 de 2012**

# DESARROLLO ACTIVIDAD

Dentro de las actividades programadas por el grupo de Investigación - Ingenieros sin fronteras, del convenio UNIANDES-UNIMINUTO, recibimos la invitación para la participación activa en los temas de Negocios verdes y Calidad de agua en el Municipio de Guasca, vereda Santa Ana sector bajo.

Dada la pertinencia de los proyectos de investigación que adelantamos en el Ceres Sabana Centro de Zipaquirá, con los programas de Ingeniería Agroecológica y Comunicación Social y periodismo, asistimos al ejercicio de campo donde se pudo establecer la siguiente caracterización:



Fotografía Parque principal Guaca.  
Fuente: Salazar, E. 2012

- de alto nivel.
- AGREGUA, provee a Comercializadoras internacionales de producción orgánica en fresco y transformada.
- AGREGUA, provee a empresarios transformadores de alimentos.

### LARGO PLAZO:

- AGREGUA logra proveer a clientes y consumidores fuera del país.
- AGREGUA logra conquistar en alianza con otros productores y asociaciones mercados internacionales de gran volumen.
- AGREGUA ofrece en la región una oferta turística y pedagógica, con la participación activa de la comunidad.

### AREAS EMPRESARIALES

- ASAMBLEA DE SOCIOS
- Según estatutos
- JUNTA DIRECTIVA
- Según estatutos
- GERENTE
- Según estatutos
- AREA ADMINISTRATIVA, ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO COMUNITARIO
- Elaboración de presupuestos, consecución de dineros, registros de cuentas, control y manejo del dinero, cobro de cuentas por cobrar, análisis de costos, relaciones públicas con bancos.
- AREA DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y VENTAS
- Investigación de mercados, análisis de la competencia. Planeación de mercados, políticas de ventas, publicidad, segmentación de mercados, venta de productos y servicios, exhibición comercial y evaluación post-venta.



# AGREGUA

Asociación Granjeros Ecológicos de Guasca



CORPOGUAVIO



## MISIÓN

Nuestra Asociación de granjeros ecológicos de Guasca se constituirá en una organización que contribuya, de manera eficaz y eficiente, al desarrollo social y económico de un número plural de familias campesinas, vinculadas directa o indirectamente a nuestros procesos productivos, desarrollados en hectáreas de cultivos certificados orgánicamente en el Municipio de Guasca, Cundinamarca, así como a una red de distribución eficiente y al aumento de bancos de semillas orgánicas autóctonas.

Para el año 2011, el municipio de Guasca, Cundinamarca y el mundo reconocerán a "AGREGUA" Asociación de Granjeros Ecológicos de Guasca, como una empresa modelo agro industrial, que posiciona una marca certificada orgánicamente, de calidad, con una variedad de productos en fresco, transformados y semillas; además de una filosofía cultural que fomenta la solidaridad, la comunidad, la calidad de vida para campesinos de bajos recursos en la región y prácticas culturales como el agroturismo, turismo ancestral y eco turismo.

## VISIÓN



## I. NEGOCIOS VERDES

1. Encontramos los mercados campesinos del municipio de Guasca, denominados “Toldos de San Jacinto” (Domingos de 8:00 A.M a 5:00 P.M). Esta es una de las ventajas comparativas y competitivas frente a otros municipios, ya que la administración anterior, les dotó de carpas, mesas y uniformes para la exhibición y venta directa de productos frescos, procesados y artesanías. Se identifico la agremiación de varios productores de diferentes veredas, los cuales se organizaron como sociedad civil ante la alcaldía, siendo esto el primer proceso de incubación para la creación de microempresas.
2. Contacto con directivos de la Asociación de granjeros Ecológicos de Guasca – AGREGUA, donde además se entrevisto a la presidenta de la asociación de campesinos. Esta asociación cuenta con una trayectoria de 10 años, en los cuales nos compartieron algunas de sus fortalezas y los puntos críticos que como asociación aun no han podido solucionar , entre las cuales se evidenciaron:  
**Fortalezas:** Persistencia, trabajo colaborativo, disposición al cambio, mejor calidad de vida, mejores ingresos, mercados directos, reconocimiento ante la comunidad y la región, alianzas estratégicas con entidades publicas y privadas, cuenta con imagen corporativa local, publicidad propia de su asociación y el logro de una planta propia de procesamiento de alimentos (Fresa, miel, conservas) con lo cual le han dado un valor agregado a sus productos.



**Debilidades:** El numero de asociados no es superior a 10 unidades de producción, a la fecha no se satisface la demanda del mercado en términos de cantidad, la cuota de afiliación es demasiado alta (\$600.000), no existen lineamientos claros para la inclusión de pequeños productores cuya capacidad de producción es mínima frente a lo que ya tiene la asociación.

**Necesidades:**

- Falta de apoyo externo para la capacitación en buenas practicas de manufactura – BPM y buenas prácticas agrícolas –BPA orientadas a la producción limpia.
- Generar cultura de consumo de productos orgánicos cuyas propiedades y beneficios directos sobre la salud, son diferenciales.
- Generar estrategias competitivas que diferencien los productos por sus beneficios

**3.** Identificación del mercado y su caracterización frente a los siguientes aspectos :  
Oferta, Calidad, Cantidad, precio, Empaque, atributos del producto y transformación:

# Marca Asociada a Territorio



**Los productos ofertados en los toldos de San Jacinto, cuentan con una identidad de territorial (D.O), pero no de marca comercial.**



Fotografía Iglesia principal de Guaca.  
Fuente: Salazar, E. 2012

## **Caracterización de mercado del Municipio de Guasca:**

El municipio se proyecta comunicativamente como un destino turístico por su patrimonio ancestral, riqueza paisajística, fuentes hídricas, pesca deportiva, ecoturismo, deportes de aventura y aire puro.

Frente a lo anterior se identifica una gran gama de posibilidades para que el municipio diseñe estrategias diferenciadas para los mercados objetivos que puedan ver en Guasca no solo un destino de fin de semana sino un portafolio de oportunidades.



Fotografía Exhibición de producto fresco para venta.  
Fuente: Salazar, E. 2012

## Tomate y Fresa Orgánica

Los campesinos y comerciantes han identificado a través de su experiencia que su mercado potencial está en los turistas y visitantes.

La forma actual de empacar el producto, no solo no resalta sus beneficios y atributos, sino que afecta su frescura, durabilidad y sabor.

### Recomendaciones:

- Empacar en cajas o “clamshells” de plástico. Es importante que cualquier sistema que se use para empacar esté bien ventilado para permitir en enfriamiento adecuado
- El precio actual \$3.000 por bolsa, no corresponde al precio promedio del mercado según beneficios, atributos y diferenciación.
- Crear una marca asociada a territorio, pues en la actualidad los productos son comercializados como commodities.



## Procesados Orgánicos

Para este producto se cuenta con una estrategia de precio y comunicación, no obstante, no existe una marca asociada al territorio para este y los demás productos del portafolio de la asociación.

Su identificativo frontal es la imagen corporativa de AGREGUA.



Fotografía Producto procesado para la venta directa.  
Fuente: Salazar, E. 2012

## Artesanías

La estrategia de comunicación del municipio donde se oferta “destino turístico de los Dioses Muiscas”, no se evidencia en ningún tipo de producto, servicio, accesorio, plato típico.



### Ejemplos del mercado Muisca:

- **Accesorios**
- **Arte**
- **Decoración**
- **Educación experiencial**
- **Gastronomía**

Fotografías Exhibición de artesanías -Toldos de San Jacinto.  
Fuente: Salazar, E. 2012

## II. CALIDAD DE AGUA.

1. Participación activa en la mesa temática programada por la alcaldía en temas de medio ambiente y competitividad.
2. Socialización y puesta en común como resultados de la jornada de trabajo.
3. Se evidenció en esa vereda que existen desde la parte superior procesos de contaminación directa a la fuente hídrica por efecto de riego con altos contenidos de fungicidas utilizados por cultivadores de papa y en la parte mas cercana al espacio periurbano las empresas de flores también son un riesgo inminente en calidad de aguas.



Fotografía Mesa de trabajo – Gabinete municipal.  
Fuente: Salazar, E. 2012

# CONCLUSIONES Y PROPUESTAS PARA ISF

1. Se identifico un mal ambiente de trabajo entre la comunidad de la vereda y la administración municipal, ya que la logística utilizada por el Alcalde fue de carácter impositivo y poco asertivo, pues se contrato una consultoría para tal fin; frente a lo cual se evidenciaron unas falencias logísticas y de procedimiento que redundan en la falta de claridad de los concepto apropiados al contexto social de la población objetivo.

VISION COMPARTIDA DEL TERRITORIO	
Califique en orden de importancia 1 el mas importante 4 el menos importante	Calificacion
<b>Dimensión del ambiente natural</b> Esta dimensión se refiere al reconocimiento de los ecosistemas del territorio y a su proceso de transformación permanente, ocasionado, entre otros, por el desarrollo de actividades humanas de producción, extracción, asentamiento y consumo. En este sentido, esta dimensión indaga si es sostenible la forma en que se satisfacen las necesidades del presente y garantiza que las futuras generaciones puedan satisfacer las suyas.	2
<b>Dimensión del ambiente construido</b> Esta dimensión "comprende el análisis de las relaciones urbano regionales y urbano rurales que se desprenden de la disposición de los asentamientos, las relaciones de flujos que existen entre ellos, el uso y ocupación del suelo, los patrones de asentamiento poblacional y en general la funcionalidad de cada uno de los elementos constitutivos del territorio".	1
<b>Dimensión socio-cultural</b> La dimensión socio-cultural abarca el conjunto de orientaciones y regulaciones derivadas de la tradición, la cultura, la religión, las creencias, valores, imaginarios, y prácticas sociales, así como las formas de producción de conocimiento, tecnología, y las reglas que definen el acceso a bienes y servicios y las condiciones de vida de la población.	3
<b>Dimensión económica</b> La dimensión económica se entiende como la capacidad de transformación productiva y generación de valor agregado, competitividad, innovación empresarial y emprendimiento; generación y retención de excedentes, atracción de inversiones, desarrollo económico local y construcción de sistemas productivos; también está relacionada con la economía solidaria e incluyente.	4
<b>FACTORES QUE CONTRARESTAN</b>	<b>FACTORES AGRAVANTES</b>
1) cuando inician las obras son total te terminadas y ejercer un control sobre Funcionarios que ejecuten dichas labor son vigilados por Planación y de la Junta de Nechos comunal o comunidad.	
2) se cumplen con los requerimientos de tubería para el arreglo de los caños.	
3) Utilización de buen material	



# Continuación... CONCLUSIONES Y PROPUESTAS PARA ISF.

1. Como conclusión al ejercicio de las mesas temáticas, donde se abordaron cuatro dimensiones a mencionar: ambiente natural, ambiente construido, socio-cultural y económica. La comunidad priorizo la dimensión de ambiente construido.
2. Frente al tema de agua, la comunidad no identifica claramente cobertura y cantidad vs calidad de la misma, es posible que desde ISF se apropien de hacer este proceso de diferenciación con la comunidad para lograr mayor comunicación asertiva con los proyectos donde se participe.
3. Se evidencian factores claves para garantizar la calidad del agua. Control a fincas productoras de papa y flores, para evitar que viertan químicos a quebradas y ríos.
4. Es necesario educar, acompañar y capacitar a la población sobre la importancia de cuidar los nacimientos de agua.
5. Generar estrategias que garanticen el cumplimiento de la ley frente a la protección de laderas de quebradas y ríos.
6. Trabajar en buenas prácticas de ganadería, pues la capa vegetal se encuentra bastante deteriorada, por presión en la capacidad de carga de los potreros y el manejo de fertilización con insumos convencionales.



# RECOMENDACIONES

1. Generar relaciones sostenibles de corte interinstitucional que favorezcan el desarrollo e implementación de planes de acción participativa.
2. Diseñar estrategias de comunicación inclusiva que permita la participación activa de todos los sectores y actores sociales.
3. Iniciar el proceso de construcción y seguimiento a la comunidad con su proceso de negocios verdes, para fortalecer nuestro proyecto conjunto.
4. Promover al interior de la organización AGREGUA, la posibilidad de que podamos tomar su empresa como uno de los pilotos para fortalecer las cadenas valor de hortalizas y frutas.