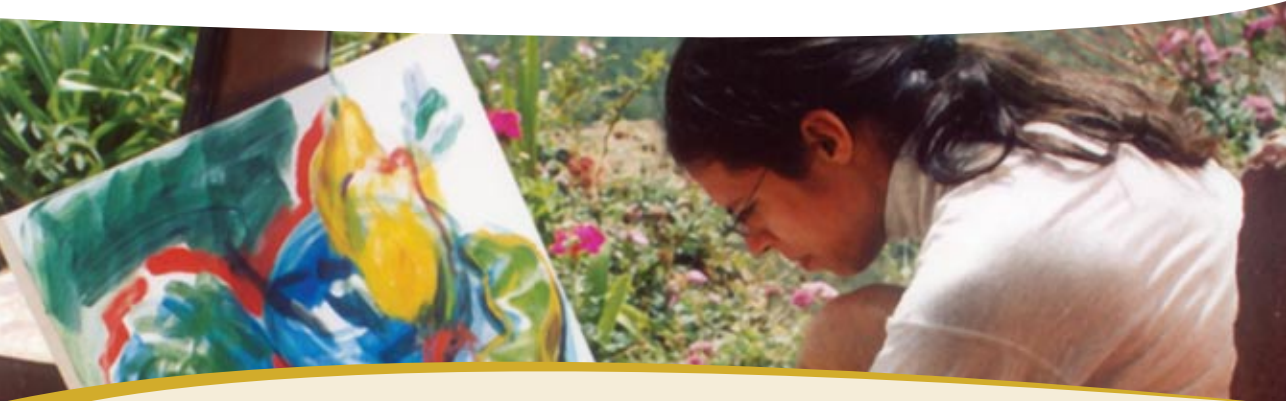


03

colores para antioquia colours for antioquia



país • country : Perú | Antioquia – Valle Lurín

nombre del cooperante • name of cooperant : François Oligny (08 – 2002 / 08 – 2004)

nacionalidad • nationality : Canadiense | Canadian

contraparte • partner : CIED – Lurín (Centro de Investigación Educación y Desarrollo)
CIED - Lurín (Centre for Research Education and Development)

formación • training : Gestión de Recursos Humanos, Empresario
Human Resource Management, Entrepreneur

periodo de ejecución • time frame : 2002 | 2004

actores • stakeholders : CIED Centro de Investigación Educación y Desarrollo | Municipalidad Distrital de Antioquia | Los pobladores de la Comunidad | CUSO | Programa PROCUENCA LURIN | Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social MIMDES | Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES | Asociación Atocongo (Empresa Privada) | Fundación Ford | Lutheran World Relief, Iglesia Sueca, Fundación Leger, Agencia Evangélica Alemana para el Desarrollo (EED)

Centre for Research, Education and Development (CIED) | Municipality of Antioquia | Community residents | CUSO | PROCUENCA Lurín Watershed Programme | Ministry for Women and Social Development (MIMDES) | Fund for Social Development Cooperation (FONCODES) | Ford Foundation | Lutheran World Relief / the Church of Sweden / the Leger Foundation / the Church Development Service (Evangelischer Entwicklungsdienst - EED)

temas claves • key topics : Diversificación productiva, arte, sostenibilidad.
Product diversification, art, sustainability.



• síntesis

Luego de más de 12 años de trabajo en la zona media de la Cuenca del Río Lurín, Perú, el **Centro de Investigación Educación y Desarrollo (CIED-Lurín)** concibió la idea de trabajar en un proyecto de promoción turística para el desarrollo, diversificación económica y mejoramiento de la calidad de vida en la región. Así se inicia “Colores para Antioquia”, una iniciativa innovadora que promueve el desarrollo desde el arte. El objetivo inicial fue transformar a Antioquia en una obra de arte, para que se volviera una atracción turística. Las actividades para lograr este objetivo fueron de tres tipos: sensibilización, financiamiento y ejecución. Los principales resultados de las actividades fueron: 1) La concertación de distintos actores, como el Estado, el gobierno local, la sociedad civil y la población organizada, 2) la recolección del dinero suficiente para pintar Antioquia, 3) pintar Antioquia, 4) el incremento de las micro empresas agro industriales y, 5) el crecimiento del flujo turístico y el desarrollo de las bases de una segunda etapa de impulso de servicios turísticos.

• summary

After more than 12 years working in the central area of the Lurín River Basin in Peru, the Lurín team of the **Center for Research, Education and Development (CIED)** came up with the idea of promoting tourism for the development, economic diversification, and improved quality of life of the region. That was the start of “Colours for Antioquia”, an innovative project that promotes development through art. The initial aim was to turn the town of Antioquia into a work of art that would become a tourist attraction. Three steps were taken to achieve this objective: awareness-raising, fundraising, and implementation. The main results of these activities were: 1) the various stakeholders – national and local government, civil society organizations and grassroots organizations, were brought together. 2) Sufficient funds were raised to paint Antioquia, 3) the town was repainted, 4) there was a growth in agro-industrial micro-business and 5) the flow of tourists increased, leading to the development of tourism services.



• antioquia: valle de manzanas

Antioquia es un bello pueblo ubicado a dos horas de Lima, Perú. Además de poseer un clima templado y una vegetación de valle interandino, su geografía es impresionante. Se encuentra ubicado en la Cuenca Media del Río Lurín, dentro de la circunscripción de la Provincia de Huarochiri. Fue fundado a mediados del siglo XVI y se encuentra a una distancia aproximada de 60 kilómetros al sur este de la capital peruana.

La temperatura promedio durante el año es de 22 C°, y su población, perteneciente a la comunidad Espíritu Santo, no supera los 560 habitantes. Debido a esto, la gente joven se ha visto obligada a emigrar a la capital como consecuencia de la falta de empleo, escasez de tierras y deterioro de la educación. La agricultura constituye la principal actividad productiva (frutícola) y sustento básico de las familias campesinas.

Actualmente, Antioquia es una zona productora de manzanas, y de la comercialización de esta producción depende la economía familiar de los agricultores. La sobre oferta de manzanas en el mercado de Lima proveniente de otras regiones y del extranjero, y la disminución en la productividad de los árboles de manzana en la cuenca media del río Lurín,

• antioquia: the valley of apples

Antioquia is a beautiful town located about two hours south of Lima, Peru. It enjoys a temperate climate, with inter-Andean valley vegetation, and its geography is impressive. It is located in the middle of the Lurín watershed, in the Province of Huarochiri. The town was founded around the middle of the 16th Century and is about 60 kilometres to the southeast of the Peruvian capital.

The average temperature is 22°C and its population, belonging to the Espíritu Santo community, consists of just 560 inhabitants. Its young people have largely been forced to migrate to the capital due to lack of employment opportunities and available farmland, as well as deteriorating educational standards. Agriculture (fruit-farming) is the main productive activity and the economic mainstay for rural families in the area.

Antioquia is currently an apple-producing region and the livelihoods of peasant families in the area are dependent on marketing the harvest. However, the oversupply of apples from other regions in the Lima market and the reduced productivity of apple trees in the central Lurín watershed region have led to the economic stagnation of the area.

han influido en el estancamiento de la economía de esta localidad.

Frente a esta situación se han desarrollado múltiples alternativas, como la promoción de la siembra de otros árboles frutales y la transformación agroindustrial de la manzana (sidra, mermeladas, vinagres, etc.). Sin embargo, a pesar de estas iniciativas, la dificultad del acceso por carretera, la falta, hasta hace poco, de servicios básicos, los escasos fondos municipales y de los propios pobladores para promover actividades generadoras de ingresos han mermado el potencial de estas iniciativas.

La producción se haría viable si se contara con una buena vía de traslado o que el pueblo recibiera contingentes de turistas, los cuales adquirirían sus productos. La venida de los turistas podría dar la posibilidad de valor agregado a los productos primarios. La posibilidad es encontrar nuevos mercados donde el agricultor ubique y distribuya sus productos. En este sentido el turismo, junto a actividades de agro-industria, constituyen el real futuro del desarrollo de Antioquia. En la actualidad el distrito de Antioquia recibe poco turismo, debido a problemas de acceso y a la falta de promoción en la zona. Sin embargo, el distrito de Antioquia es bello y solo está a dos horas de ocho millones de personas que viven en Lima. Por esto que resulta necesario crear un proyecto de promoción turística, para el real desarrollo, diversificación económica y mejora de la calidad de vida de la gente y de la región.

Un evento espectacular como, “Colores para Antioquia”, buscó lograr una publicidad adecuada en todos los medios de prensa de la ciudad de Lima. El Arte fue la apuesta para desarrollar el turismo del pueblo.

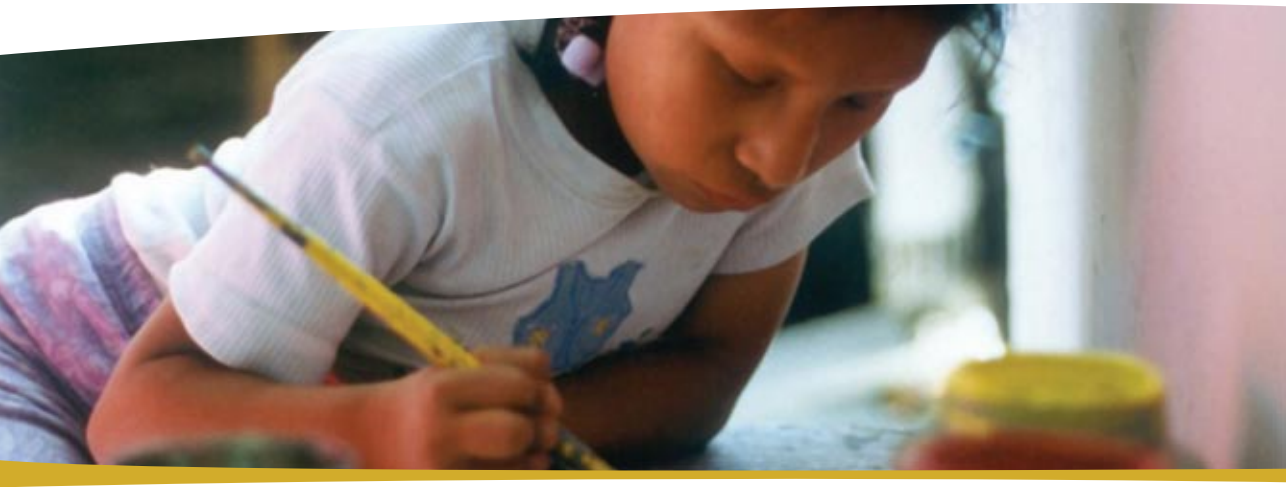
El turismo, considerado la actividad con mayor potencialidad para generar empleo y mejorar ingresos, requiere una cuidadosa evaluación previa que permita identificar las fortalezas y debilidades que presenta la comunidad de Antioquia en este campo, así como una importante inversión de recursos provenientes de la cooperación internacional, ONGs y población local. Por esta razón, un proyecto de desarrollo turístico en la zona debe garantizar su sostenibilidad para que el impacto positivo se mantenga en el largo plazo.

Several alternatives were tried out, including planting other types of fruit trees and the agroindustrial processing of apples as cider, jam, or vinegar. Despite these attempts, the difficult road access, the lack of basic services, and the scarce funds available to the Municipality and the inhabitants themselves to promote income-generating activities have undermined the success of these initiatives.

Prospects will be better if local farmers can connect with new markets for their produce. Tourism, along with agro-industry, constitutes the real future for the development of Antioquia. At this time, the Antioquia district receives little tourism due to access problems and lack of promotion. On the other hand, Antioquia is beautiful and only two hours away from eight million people who live in Lima. A project to promote tourism was therefore necessary for economic diversification, real development and an improved quality of life for the region and its people.

A spectacular event, “Colours for Antioquia” sought to generate publicity amongst the media in Lima: art at the centre of the effort to promote tourism.

Considered to be the best option for generating employment and greater incomes, it was necessary to carry out a careful assessment of Antioquia’s potential strengths and weaknesses for tourism. It also called for significant investment from international cooperation, NGOs, and the local population. A tourism development project would have to guarantee its sustainability in order to ensure long-term positive impact.



• el camino para pintar antioquia

Un poco de historia

El CIED inicia su trabajo en Lurín hace doce años, enfrentando principalmente el problema del acceso al agua. En alianza con el Estado se construyeron canales de riego a lo largo de treinta kilómetros. Posteriormente, con una propuesta agro-ecológica, el trabajo se concentró en la recuperación de las tierras de cultivo que sufrieron una explotación intensiva sobre la base de tecnologías sucias (fertilizantes químicos y agrotóxicos). La tercera etapa de nuestra intervención se orientó a promover la diversificación productiva y el reemplazo de los viejos árboles de manzano por nuevas variedades más productivas y resistentes.

Sin embargo, la débil capacidad de negociación de los pequeños productores y la perecibilidad de los frutos mantuvieron el principal cuello de botella de la zona: los bajos precios al por mayor. Para contrarrestar esto se diseñaron dos estrategias: el desarrollo de proyectos agroindustriales para dar valor agregado a la producción frutícola y la atracción del consumidor final a Antioquia a través del desarrollo de la oferta turística de la zona.

Problemas en el camino

En el Distrito de Antioquia, el 46% de la población se encuentra en situación de pobreza, siendo el

• the path to painting antioquia

A bit of history

CIED started working in Lurín twelve years ago, mainly to deal with the problem of lack of access to water for agriculture. Together with the national government, they built thirty kilometres of irrigation channels. Efforts later focused on agro-ecological activities for the recovery of farmlands that had been subject to damaging intensive farming technologies, involving the overuse of chemical fertilizers and agrottoxins. The third stage was aimed at promoting product diversification and replacing the old apple trees with new varieties which were more productive and resistant to pests and other problems. However, the weak negotiating capacity of small producers and the fact that fruit is inherently perishable, failed to break open the area's main bottleneck: low wholesale prices. Two strategies were devised to counteract this problem: developing agribusiness projects to provide value-added fruit production, and attracting end-product consumers to Antioquia by promoting the supply of tourism services in the area.

Problems on the way

In the district of Antioquia 46% of the population lives in poverty, with children worst affected because of the level of chronic malnutrition that 52% of inhabitants suffer. The cause of the problem is

segmento infantil la más afectada por el nivel de desnutrición crónica que afecta al 52% de los habitantes. Las causas de esta problemática radican en la inexistencia de servicios básicos, a pesar de encontrarse a dos horas de la ciudad de Lima.

Además, como se mencionó, la actividad principal de la zona es la agricultura del monocultivo del manzano, lo que ha degradado las tierras de cultivo haciendo que la productividad y producción sea cada vez menor. Esto sumado a los bajos precios de la manzana en los principales mercados de Lima y la escasez del recurso hídrico han ocasionado el empobrecimiento de los productores y la migración de los jóvenes.

Potencialidades

Antioquia posee un punto a favor, al ubicarse tan cerca de la ciudad de Lima, ya que esto permite garantizar un flujo regular de turistas nacionales e internacionales; además, la población tiene identidad territorial, lo cual resulta sumamente atractivo para el ámbito turístico, ya que existe la posibilidad de compartir sus costumbres y vivencias en una propuesta de turismo rural alternativo.

Asimismo, se valora en Antioquia la existencia de recursos turísticos, de capacidad organizativa de la población y una ubicación estratégica en la Cuenca del Río Lurin respecto a la Cuenca Alta y Baja, lo cual permite que se trabajen proyectos sobre una estructura estable. Esto mismo hizo posible la validación del modelo alternativo de promoción del turismo rural llamado “Colores para Antioquia”, que consistía en convertir a esta localidad en una obra de arte inserta en el único Valle Verde de Lima, combinando la plástica y la creatividad, con el desarrollo.

Sensibilización

Para iniciar una relación artística con la población, se realizó un Simposium de Arte del 1 al 5 de abril del 2003, a cargo de artistas plásticos y en el cual participó toda la población. Los artistas convivieron en la casa de los pobladores e intercambiaron experiencias de vida acerca del arte y la agricultura. Las experiencias compartidas sirvieron de inspiración para que los artistas pintaran cuadros de contenidos relacionados con la identidad local, y este evento culminó con la inauguración de una galería de arte en el pueblo de Antioquia.

the lack of basic public services, despite being only two hours from Lima.

Furthermore, apple-farming is a monoculture, which has caused soil degradation and, in turn, ever-declining levels of production. This, together with low prices in major markets such as Lima and a scarcity of water, has led to the impoverishment of producers and youth migration.

Potential

Antioquia has a great point in its favour. It is located close to Lima and this helps to ensure a regular flow of national and foreign tourists. Furthermore, it has a local identity, which is interesting for the tourist, opening possibilities for sharing customs and lifestyles in an alternative option for rural tourism. Also to be valued are Antioquia's other tourist resources, the organizational capacity of local people and its strategic location between the upper and lower reaches of the river basin. All of this makes promoting rural tourism through the “Colours for Antioquia” project a viable alternative, turning Antioquia into a work of art in the middle of Lima's only green valley, combining art and development in a creative way.

Raising awareness

To establish an artistic relationship with the community, a symposium led by artists was held in April, 2003, in which the entire population took part. Artists were billeted in residents' homes, exchanging experiences about art and agriculture. Those experiences were the inspiration for the paintings the artists produced, which deeply reflected local identity. This led to the inauguration of an art gallery in town. Arts workshops aimed at adults, the young, and children were also organized, culminating in an exhibition and prizes for the best work.

Funding

To gather the funds needed to paint the town, CIED hosted an auction of 25 works by Latin American artists. Exhibitions and sales of Latin American art were held in Québec, Canada, and at the headquarters of PETROPERÚ, in which artists who supported the cause donated their work. In addition, CIED obtained a prize for citizen participation of 20,000 soles (the local currency, equivalent to about

Antes del pintado del pueblo yo solo me dedicaba a la chacra.. ahora tengo dos hospedajes el hospedaje GOYITA es el mejor implementado de Antioquia... todos los fines de semana vienen turistas a pedir mis servicios. Sr. Alex Narciso | Operador turístico

Before the town was painted I just worked on my piece of land... now I have two bed-and-breakfasts. The GOYITA B&B is the best set up in Antioquia... every weekend tourists come and ask for my services. Mr. Alex Narciso | Tour operator

También se realizaron Talleres de Artes Plásticas dirigidos a adultos, jóvenes y niños, y al finalizar se realizó una exposición en la que los mejores trabajos fueron premiados.

Financiamiento

Para reunir los fondos necesarios y dar inicio al pintado del pueblo se realizaron distintas actividades, tales como una subasta de 25 de obras de artistas Latinoamericanos en la Sede Institucional del CIED, una exposición-venta de Arte Latinoamericano en Québec (Canadá), para la que distintos artistas amigos donaron parte de sus obras para la causa, y además, una exposición-venta de más de 40 obras de arte en la Sala de PETROPERU. Adicionalmente, el CIED obtuvo un premio de 20,000 soles (equivalente a US\$6,300), con el Proyecto “Colores para Antioquia” en el concurso “Sumando Esfuerzos”, el cual es un Premio a la Gestión Ciudadana.

Alianzas estratégicas

Los protagonistas de esta experiencia de cogestión son los pobladores de la comunidad Espíritu Santo organizados en la “Comisión Colores para Antioquia”, la Municipalidad Distrital de Antioquia y el CIED, quienes tuvieron como aliados estratégicos a los integrantes del Programa Procuencia Lurín (Conformado por la Asociación de Alcaldes de la Cuenca del Río Lurín, Plataforma de ONGs y Ministerios Sociales), Asociación Atogongo – Cementos Lima, Red Latinoamericana de Artistas y la Agencia de Cooperación Internacional CUSO, como claro ejemplo de articulación entre el Estado, la sociedad civil, la cooperación internacional y la empresa privada.

Elección del diseño artístico

Para elegir la propuesta ganadora se convocó a un concurso internacional donde se recibieron 28 pro-

US\$6,300) for the “Colours for Antioquia” project in a contest called “Sumando Esfuerzos” (“Joining Forces”).

Strategic alliances

The leading figures in this experience of co-management were the inhabitants of the Espíritu Santo community, who organized a “Colours for Antioquia Committee” together with the Municipality of Antioquia and CIED. Strategic partners included the Pro-Lurín Watershed Programme, which in turn comprises the Association of Mayors of the Lurín River Basin and the NGO - Social Ministries Platform. Others involved included the Atogongo–Cementos Lima Association, the Latin American Artists Network, and CUSO: a good example of close coordination between the State, civil society, international cooperation, and the private sector.

Choosing the artistic design

To choose the design for painting the town, an international contest was launched in which 28 proposals were received. The winner, selected by the inhabitants themselves, was Peruvian painter Enrique Bustamante, who won a prize of \$2,000 donated by the Atocongo Association.

Painting the Town

The painting of the town began in August 2004 and was completed in November. In the end, the façades of 30 houses, duly refurbished, were turned into large canvases reflecting the winning concept. The formal reception of the project by the population took place on December 16, 2004.

puestas para el diseño artístico. El ganador, por elección de los propios pobladores, fue el pintor nacional Enrique Bustamante haciéndose acreedor de un premio de \$2000 donado por la Asociación Atocongo.

El pintado

El pintado del pueblo empezó en agosto del año 2004 y concluyó en noviembre del mismo año. Al final 30 viviendas fueron convertidas -luego de un proceso de refacción de fachadas- en grandes lienzos donde se plasmaron los diferentes modelos de la propuesta elegida. El Acta de entrega y recepción del proyecto por parte de la población se realizó en un acto público el día 16 de diciembre del 2004.

El producto Antioquia

“Colores para Antioquia” se ha convertido en el sello de calidad del producto “Antioquia”. El proyecto considera no sólo el pintado del pueblo, sino el conjunto de servicios y productos que se ofrecen en esta zona, donde los servicios turísticos y la agroindustria rural cobran relevancia en el marco de la nueva ruralidad, convirtiéndose en los pilares para la competitividad territorial.

Resultados

Este proyecto permitió avances en distintos ámbitos de la sociedad y el primero que se pudo apreciar es la organización de la población en torno a un objetivo. Además, se conformó una red de artistas latinoamericanos voluntarios y se concertó a diferentes actores gracias al proyecto, como el Estado, el Gobierno local, la sociedad civil y la población organizada. Al margen del proyecto mismo pero gracias a éste, se pudo apreciar un incremento de micro-empresas agro industriales.

Dentro de los resultados más esperados se encuentra el inicio de servicios de hospedaje familiar, restaurantes y mejoramiento de bodegas. Además, se formaron comités de guías turísticos y se han elaborado 4 circuitos turísticos. En este ámbito, el incremento del flujo turístico ha sido un 300%.

Antioquia as a product

“Colours for Antioquia” has become a kind of seal of quality for Antioquia as a whole. It not only revolves around the painting of the town but also around the micro-business tourism and agribusiness services and products that are now offered in the area, connecting them in a new vision of rural life in which they have become the main pillars of local competitiveness.

Results

The project yielded achievements in various spheres of society, not least of which was the organization of the community around a common goal. A network of volunteer Latin American artists was formed. Furthermore, different actors such as the State, local government, civil society and organized local people were brought together thanks to the project. Another spin-off was the growth of agroindustrial microbusinesses.

The most hoped-for results have included new and improved restaurants, stores, and home accommodations. Tourist guide committees have been set up and four tours designed. In short, Antioquia has seen an increase in tourism of 300 percent.



• aprendizajes y contribuciones

El proyecto de Antioquia fue uno de los cuatro proyectos en que contribuí para el CIED durante mis dos años en Perú. Creo que mi principal aporte fue mi energía positiva y mi experiencia. Mi creatividad también lo fue, pero ¿qué es la creatividad sin las herramientas para lograr las ideas? También fue importante mi determinación y capacidad para compartir con la gente. Respecto a los objetivos generales de CUSO creo que los proyectos orientados a fortalecer economías comunitarias, como el proyecto de Antioquia, sirven de base para reducir la pobreza y aumentar la capacidad de las mujeres, jóvenes, agricultores y pequeños empresarios para participar en actividades económicas viables y sostenibles.

Es importante destacar lo importante que es el construir contando con bases sólidas en la población, y sin el empeño que ha tenido el CIED durante 13 años, la credibilidad que ha adquirido y el conocimiento de la población y región, que es esencial, sería muy difícil desarrollar este tipo de proyectos; la dedicación y atención que se le dé a la población, ya que se debe emplear tiempo en la comunidad y encontrar uno a uno a los pobladores. Y por último,

• contributions and lessons learned

The Antioquia project was one of four projects in which I supported CIED during my two years in Peru. I believe my main contribution was my positive energy and experience. My creativity was also a contribution, but what is creativity without the tools to turn ideas into realities? Another factor was my determination and the ability to interact with the local population. Regarding CUSO's objectives, I believe that projects aimed at strengthening local economies, such as the Antioquia project, help to reduce poverty and build the capacity of women, the young, farmers and small businesses to participate in viable and sustainable economic activities.

It is important to build on solid foundations involving the population itself. Without CIED's efforts over 13 years, its credibility, and its knowledge of the population and region, it would have been difficult to develop this type of project. It is important to be committed and attentive to the population, spending time in the community and interacting on a one-to-one basis with the inhabitants.

Another lesson learned was the importance of supporting the development of good local governance

el desafío de concertar al Estado, Gobierno Local, sociedad civil y población organizada definitivamente vale la pena.

Otro aprendizaje fue la importancia de apoyar el desarrollo de una buena gestión político local y la creación de las alianzas estratégicas, ya que lo mejor es no trabajar con todos durante el proceso completo, pero sí contar con alianzas para ir rotando y logrando etapas con una organización, y luego las siguientes con otras. Informar a las organizaciones es también un aspecto muy importante.

and the building of strategic alliances. The best approach was not to work with everybody throughout the whole process but rather to build alliances that could be counted on to be involved in different stages in the process. Keeping the various organizations informed of the process as a whole was also crucial.

It is a challenge to facilitate the interaction of the State, local government, civil society and the population at large, but it is definitely worth it.

Al venir más turistas nosotros estamos mejor porque se llevan nuestros productos y de esa manera se promocionan nuestros productos de boca en boca. Me siento feliz.. Imagínese yo vendiendo a un sol el cajón de manzanas ;;;;como iba a educar a mis hijos!!!! imposible ...hoy en día puedo hacerlo y no tengo palabras de cómo describirlo mejor.

Sra. Petronila Alcantara | Microempresaria agroindustrial y prestadora de servicios turísticos

Gracias al proyecto Colores para Antioquia vienen más turistas a nuestro pueblo y compran nuestros productos. Antes nosotras dependíamos del esposo, para ir a una fiesta, una propina....Hoy en día no es así, cada quien tiene su plata en el bolsillo cada quien baila con su pañuelo.

Sra. Graciela Huaríngá | Microempresaria agroindustrial

Now that more tourists are coming we are better off because they buy our products and promote them by word of mouth. I'm really happy... Just imagine, I used to sell a box of apples for just one sol. How was I ever going to get my kids an education? Impossible! Today I can. I have no words to say it better.

Mrs Petronila Alcantara | Agricultural microbusinesswoman and provider of tourism services

Thanks to the Colours for Antioquia Project more tourists are coming to our town and buying our produce. Before we used to depend on our husbands, to go to a party or have a bit of pocket money. Today things have changed... we all have a bit of cash in our pocket, we can all "dance with our own handkerchief."⁽¹⁾

Mrs Graciela Huaríngá | Agricultural microbusinesswoman

mas informacion: www.ciedperu.org

more information: www.ciedperu.org

⁽¹⁾This is a local expression with a double meaning. It refers to regional dance traditions that involve twirling a handkerchief but also means to pay your own way ("go dutch").