

PLAN LOGÍSTICO PARA LA ARTICULACIÓN DE LOS ESLABONES DE LA
CADENA DEL ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ CON BASE EN
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

Ruth Ximena Obando Narváz
Miriam Estela Quitiaquez Yepes
Doris Fabiola Rosero Alvarez

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
ESPECIALIZACIÓN EN LOGÍSTICA
COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL
SAN JUAN DE PASTO
2009

PLAN LOGÍSTICO PARA LA ARTICULACIÓN DE LOS ESLABONES DE LA
CADENA DEL ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ CON BASE EN
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

Ruth Ximena Obando Narváez
Miriam Estela Quitiaquez Yepes
Doris Fabiola Rosero Alvarez

Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Logística Comercial Nacional e Internacional

Director
JOAQUÍN ADOLPHS GARCÍA.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
ESPECIALIZACIÓN EN LOGÍSTICA
COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL
SAN JUAN DE PASTO
2009

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva del autor”

Artículo 1 del acuerdo 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación:

Firma Jurado

Firma Jurado

San Juan de Pasto, Octubre 30 de 2009.

A la memoria de María Inés, compañera inseparable y fuerza constante,
A Mariano, cómplice de aventuras y sueños,
A Liliana y Ligia; amigas, compañeras de superación, risas y sueños constantes,
Dios las bendiga.
A Nancy su familia por su ayuda y compañía incondicional

A Benjamín: amigo, novio, esposo, amante, compañero de nuevos sueños y
caminos
Luchador de cada día, motivación permanente, apoyo inquebrantable.

A Gloria Cárdenas, por su apoyo permanente; gracias por dejarme aprender a su
lado.

A Doris y Ruth, gracias por siempre, por permitirme conocerlas y aprender de
Ustedes.

A Sandra y Paula, compañeras del nuevo sueño, gracias por su paciencia y
apoyo.
Miriam

A mis padres, por brindarme siempre su apoyo, cariño y comprensión
A mi sobrina y a mis hermanas, por el ánimo y el ejemplo para salir adelante
A Ruth y Miriam, gracias por todos aquellos momentos vividos.

Doris

“Los frutos de la perseverancia gratifican
Los sacrificios realizados”

A mi madre por su apoyo incondicional
A mis hermanos y a mi padre por ayuda
A mis sobrinos por su impulso
A Carlos por su comprensión y soporte
A mis compañeras y amigas Doris y Miriam
Ruth

AGRADECIMIENTOS

Las autoras del presente trabajo expresan sus agradecimientos:

Al Doctor Jesús Martínez Decano Facultad de Ciencias económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño.

Al Doctor Germán Nova Caldas, Director de los postgrados del área de Administración.

Al Doctor Fabio Mejía, Coordinador de la Especialización en Logística Comercial Nacional e Internacional de la Universidad de Nariño.

Al Doctor Carlos Alberto González Camargo, Coordinador de la Especialización en Logística Comercial Nacional e Internacional de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Al Doctor Joaquín Adolphs, Docente de la asignatura Formulación y Evaluación de Proyectos y Director del trabajo de grado.

A la Universidad de Nariño.

A la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

A todas las demás personas o entidades que en una u otra forma colaboraron en la realización del presente trabajo y que involuntariamente hemos omitido, les damos nuestros más sinceros agradecimientos ya que sin sus ideas y aporte de información, este trabajo no se hubiera realizado.

RESUMEN

En el presente trabajo se identifica la carencia de un sistema logístico integral para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuéz, municipio de Pasto departamento de Nariño; de igual manera, se desarrolla un propuesta logística que permita la articulación de los diferentes actores de la cadena, en búsqueda de mejorar los ingresos y la competitividad frente a otros destinos.

Palabras Clave:

Sistema
Logístico
Articulado
Ecoturismo
Ingresos

ABSTRACT

In this paper identifies the lack of an integrated logistics system for the chain of ecotourism in Lake Guamuéz, municipality of Pasto department of Nariño, likewise, developing a proposal to allow joint logistics of the different actors in the chain in search of better incomes and competitiveness with other destinations.

Keywords:

System
Logistics
Articulated
Ecotourism
Revenue

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. PLAN LOGÍSTICO PARA LA ARTICULACIÓN DE LOS ESLABONES DE LA CADENA DEL ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ CON BASE EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	22
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
1.1.1 Planteamiento del problema	22
1.1.2 Formulación del problema	23
1.1.3 Sistematización del problema	22
1.2 OBJETIVOS	24
1.2.1 Objetivo general	24
1.2.2 Objetivos específicos	24
1.3 JUSTIFICACIÓN	24
1.4 MARCOS DE REFERENCIA	25
1.4.1 Marco teórico	25
1.4.2 Marco conceptual	35
1.4.3 Marco legal	37
1.5 DESCRIPCIÓN SUMARIA	40
1.5.1 Definición del proyecto	40
1.5.2 Finalidad del proyecto	41
1.5.3 Características	41
1.5.4 Soluciones que aporta el proyecto	42
1.5.5 Cómo se enfoca este proyecto a la logística	43
1.5.6 Por qué requiere de logística y que tipo o clase de logística se aplicaría para solucionar los inconvenientes que se identifican en el diagnóstico	43
1.6 METODOLOGÍA	44
2 ACTUAL DESARROLLO LOGÍSTICO	45
2.1 VARIABLES QUE GENERAN COMPETITIVIDAD TURÍSTICA – CASO LAGO GUAMUÉZ	45
3 INCIDENCIA DE LA CARENCIA DE PLANIFICACIÓN LOGÍSTICA Y LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS E INFORMÁTICAS.	56
3.1 ANÁLISIS CORRELACIONAL DE AMBIENTE INTERNO - EXTERNO	56
4 PLAN LOGÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS E INFORMÁTICAS QUE	61

	LOGREN LA ARTICULACIÓN DE LA CADENA DE ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ DEPARTAMENTO DE NARIÑO	
4.1	CONTEXTUALIZACIÓN	61
4.2	DESCRIPCIÓN DEL PLAN LOGÍSTICO	65
4.3	ESQUEMA DE PROCESOS	66
4.4	PLAN DE ACCIÓN	66
5	ANÁLISIS FINANCIERO DE LA APLICACIÓN DEL PLAN DE LOGÍSTICA	71
5.1	COSTOS POR PERSONA	72
5.2	COSTOS POR GRUPOS	75
5.3	COSTOS PLATAFORMA LOGÍSTICA, PLAN DE PRESUPUESTO MAESTRO.	79
5.3.1	Costos del montaje y administración de la plataforma logística	79
5.3.2	Participación de costos de cada servicio en porcentaje por persona y por grupos	80
5.3.3	Gastos de ventas por servicios	80
5.3.4	Gastos administrativos por servicios	81
5.3.5	Gastos de ventas al año	81
5.3.6	Presupuesto mano de obra directa.	82
5.3.7	Gastos mano de obra	83
5.3.8	Costo total por servicio	83
5.4	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	86
5.4.1	SIMULACIÓN DE AMORTIZACIÓN	86
	CONCLUSIONES	90
	BIBLIOGRAFÍA	92
	ANEXOS	94

LISTA DE TABLAS

	Pág.	
Tabla 1	Matriz DOFA para el ecoturismo en Colombia	30
Tabla 2	Caracterización del sector turístico de Nariño	32
Tabla 3	Matriz de evaluación de factores internos para el ecoturismo en el Lago Guamuéz	57
Tabla 4	Matriz de evaluación de factores externos para el ecoturismo en el Lago Guamuéz	58
Tabla 5	Transporte aeropuerto - hotel ciudad de pasto	72
Tabla 6	Alojamiento hotel una persona	72
Tabla 7	Transporte hotel ciudad de Pasto- población del Encano	73
Tabla 8	Transporte muelle-isla de la Corota y reservas	73
Tabla 9	Recorrido la Corota y reservas	73
Tabla 10	Alojamiento población el Encano costo habitación sencilla	74
Tabla 11	Alojamiento población el Encano costo habitación doble	74
Tabla 12	Alojamiento población el Encano costo suite	74
Tabla 13	Alojamiento población el Encano costo alquiler cabaña familiar	75
Tabla 14	Transporte hotel ciudad de Pasto- Lago Guamuéz	75
Tabla 15	Alojamiento hotel ciudad de Pasto. grupos 15 personas	76
Tabla 16	EL Encano-recorrido la Corota grupo 15 personas	76
Tabla 17	Habitación sencilla	77
Tabla 18	Habitación doble	77
Tabla 19	Acomodación triple	78
Tabla 20	Suite	78
Tabla 21	Cabaña familiar	78
Tabla 22	Costos fijos	79
Tabla 23	Gastos administrativos	79
Tabla 24	Servicios por persona y grupo	80
Tabla 25	Gastos ventas unitarias – grupo	80
Tabla 26	Gastos administrativos de servicio por persona – grupo	81
Tabla 27	Gastos de ventas unitario por servicio persona – grupo	82
Tabla 28	Servicios promedio mensuales y anuales	82
Tabla 29	Gastos de mano de obra directa por persona – grupo	83
Tabla 30	Costos total unitario por servicio	83
Tabla 31	Costos total unitario por grupos	84
Tabla 32	Número de servicios por visitantes	85
Tabla 33	Simulación	86
Tabla 34.	Escenario homologado con financiación	88

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Enfoque básico de la estrategia de desarrollo para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuéz	59
Figura 2. Matriz interna - externa para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuéz	60
Figura 3. Ciclo de vida de un destino turístico	61
Figura 4. Esquema de prestación de servicio ecoturístico	62
Figura 5. Ciclo de prestación de servicios para ecoturismo en el Lago Guamuéz	63
Figura 6. Clúster de servicios ecoturísticos para el Lago Guamuéz.	64
Figura 7. Generación de valor en la cadena de ecoturismo para el Lago Guamuéz	71

LISTA DE ANEXOS

Anexo A.	Encuesta análisis para diagnosticar la situación actual para el ecoturismo en el Lago Guamuéz	Pág. 94
Anexo B	Formato MINCOMEX	98

GLOSARIO

Agencias de Viaje: A las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, que estén debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Assembled to order (ATO): Estrategia que permite a un producto o servicio ser hecho bajo órdenes específicas, así un gran número de productos puede ser hecho a partir de un número limitado de componentes comunes. Esto exige una planeación sofisticada de los procesos para anticiparse a la demanda cambiante para componentes internos o accesorios mientras se enfoca en el ensamblaje final del producto para proveer un producto hecho a la medida para los usuarios.

Arriendo de Vehículo full service: Es un sistema que le proporciona al cliente un vehículo y una variedad de servicios de apoyo con un solo pago del arriendo mensual. Los arriendos de servicio full service pueden incluir características como el mantenimiento preventivo, atención de emergencia y reparaciones en el camino, evaluaciones de equipo y especificaciones, combustible, apoyo administrativo, apoyo al conductor y programas de seguridad.

Business Intelligence Tools: software que les permite a los usuarios comerciales ver y usar grandes cantidades de datos complejos. Los siguientes tres tipos de herramientas son llamados las Herramientas de Inteligencia Comerciales:

1. Software de Análisis multidimensional - Software que le da la oportunidad al usuario de observar los datos a través de una variedad de dimensiones diferentes (también conocido como OLAP <Online Analytical Processing> o Proceso Analítico En línea).
2. Herramientas Query <búsqueda> - Software que le permite al usuario preguntar por modelos o detalles en los datos.
3. Data Mining Tools - Software que automáticamente busca modelos significantes o correlaciones en los datos.

Cadena de valor: Una alianza voluntaria de compañías para crear un beneficio económico para clientes y compartir las ganancias.

Canales de Distribución: Los cauces de la venta apoyados por una empresa. Éstos pueden incluir ventas del menudeo, Ventas de asociados de distribución (por ejemplo, venta al mayoreo), Ventas del fabricante de equipo original (el OEM

<Original Equipment Manufacturer>), intercambio de Internet o ventas del mercado, y subastas de Internet.

Canales Logísticos: La red de cadenas de suministro participantes comprometidas en almacenamiento, manejo, traslado, transporte y funciones de comunicaciones que contribuyen al flujo eficaz de los bienes.

C-comercio: Se refiere a las interacciones comerciales colaborativas, electrónicamente habilitadas entre el personal interior de una empresa, compañeros comerciales y clientes a lo largo de una comunidad comercial. La comunidad comercial podría ser una industria, un segmento de industria, una cadena de suministro o un segmento de la cadena de suministro.

Ciclo de Orden: El tiempo y proceso involucrados desde la colocación de una orden al recibo del embarque

Ciclo de Tiempo: El tiempo que toma para un negocio para recibir, surtir y entregar una orden a un cliente. Alguna vez sólo medido en días, muchas industrias miden ahora el ciclo de tiempo en horas.

Competición basado en tiempo: Una estrategia del mercadeo competitiva basado en la habilidad de una compañía de entregar sus productos a sus clientes más rápido que su competencia.

Capacidad de Carga: Es el nivel de aprovechamiento turístico (Número de personas) que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales.

Competitividad: El concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial.

De producto: es la capacidad para que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta; Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencien y que lo hacen deseable para los turistas.

La empresarial no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo.

E-business (negocios electrónicos): El término derivó de términos tales como "e-mail" y "e-commerce". Es hacer negocio en Internet, no sólo comprando y vendiendo, sino también brindando servicios a los clientes y colaborando con socios comerciales.

Establecimientos Hoteleros y Hospedaje: Es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorio de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

Estructura: Es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Guía Turística: Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

Guía de Turismo: Personas con profundo conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.

Itinerario: Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Infraestructura: Es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector, y por ende del turismo.

Justo a tiempo (JIT <Just in-Time>) Una estrategia industrial que suaviza el flujo material dentro de las plantas industriales. JIT minimiza la inversión en inventario proporcionando entregas oportunas, secuenciales de producto exactamente donde y cuando se necesita, de una multitud de proveedores. Tradicionalmente una estrategia de automotores, está introduciéndose en muchas otras industrias.

Logística: Según el Council of Logistics Management (CLM), logística es el proceso de planear, implementar y controlar Efectiva y eficientemente el flujo y

almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada del punto de origen al punto de consumo con el propósito de cumplir los requisitos del cliente.

Logísticas integradas: Un comprensivo y amplio sistema de la cadena del suministro entera, como un solo proceso, desde el aprovisionamiento de las materias primas hasta la distribución del producto final. Todas las funciones que componen a la cadena del suministro se manejan como una sola entidad, en lugar de funciones individuales que se manejan separadamente.

Mercado Turístico: El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

Núcleo Receptor: Es una zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente proveedores de servicios: infraestructura vial, planta turística general, espacio geográfico potencialmente explotable, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas

Planeación: El desarrollo de proyectos ecoturísticos en las áreas protegidas deberá sujetarse a los procedimientos de planeación señalados por la Ley. Para tal efecto, estos deberán considerar su desarrollo únicamente en las zonas previstas como las zonas de alta intensidad de uso y zona de recreación general al exterior, de acuerdo con el plan de manejo o el plan maestro de las áreas con vocación ecoturística.

Planeación de la capacidad: planeación específica del nivel de recursos (por ejemplo fábricas, flotas, equipo, hardware de los sistemas y tamaño de la fuerza de labor).lo que le da soporte a la empresa para una mejor producción.

Planificación de la demanda: El proceso de pronosticar y manejar la demanda para productos y servicios hacia los usuarios finales, así como para miembros intermedios en la cadena de suministro.

Prestador de Servicio Turístico: Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista. La prestación de los servicios a que se refiere la ley 300 y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional De Turismo.

Producto Turístico: Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus

características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

Recursos Turísticos: Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Rendimiento sobre la inversión (ROI <Return On Investment>): Es calculado tomando el valor de la inversión sostenido al principio del período de ROI comparado con el valor actual. En otros términos: $((\text{Valor actual}) - (\text{Valor inicial}) + (\text{Ingreso})) / (\text{Valor inicial})$, donde $(\text{Valor Actual}) = (\text{el número de acciones totales actuales}) * (\text{el último precio})$, $(\text{Valor inicial}) = (\text{número de acciones al principio del período} - \text{cualquier porción vendida de acciones}) * (\text{el precio del cierre antes de al período}) + \text{la "Costo Base" de cualquier acción agregada en este período}$ (Compras, Reinversiones, emisión de acciones, etc.), e $(\text{Ingreso}) = \text{cualquier ingreso como Dividendos o Intereses (no Reinvertidos) y ganancias o pérdidas de ventas en este período}$.

Ruta: Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

Sendas: Son los conductos de circulación seleccionados por el tránsito turístico vehicular y peatonal, en sus desplazamientos para visitar los atractivos turísticos y entrar o salir de la ciudad.

Tour: Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Turismo Receptivo y Excursionismo: Es el que produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. Con un tiempo de permanencia igual o superior a 24 horas.

Valor Agregado: valor incrementado o mejorado, basado en su funcionalidad o utilidad.

Valor económico Agregó (EVA): Una medida del valor del accionista, como una compañía está operando sus ganancias después del impuesto, y menos un cargo apropiado para el capital usado en crear ganancias.

INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta que Nariño es uno de los departamentos, que económicamente se considera débil; porque su producción es de características primarias, con una alta concentración de comercio; presenta una alta población rural y población en condiciones de desplazamiento; que ha tenido una incidencia social fuerte, generando altas tasas de desempleo e informalidad.

Lo anterior ha llevado a la búsqueda de una serie de alternativas productivas que permitan tener posibilidades económicas sostenibles y sustentables; dentro de estas alternativas, y conocedores del potencial histórico- cultural y natural del departamento de Nariño, se generan propuestas encaminadas a desarrollar y fortalecer el sector de turismo; propuestas que se deben sustentar en argumentos financieros, técnicos y sociales que lleven a formular y evaluar procesos concretos de desarrollo y su real incidencia en el contexto.

Por lo tanto, la logística es un elemento inherente al encadenamiento de los actores de un proceso turístico, como lo son las agencias de viajes, transportes, hoteles, restaurantes y destino final; con sus respectivos servicios, lo cual permitirá una eficiente prestación de un producto turístico local, regional, nacional y con proyecciones internacionales.

1. PLAN LOGÍSTICO PARA LA ARTICULACIÓN DE LOS ESLABONES DE LA CADENA DEL ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ CON BASE EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del problema. Hoy en día, se destaca la enorme importancia del sector turístico para la creación de empleo, el comercio y el desarrollo¹; de igual manera y bajo las nuevas condiciones de mercado, la utilización de las herramientas informáticas y tecnológicas; en el desarrollo logístico, es cada día más exigente en todos los sectores productivos, ya que son soluciones que generan competitividad a los mismos, la industria del turismo no es ajena a ese fenómeno; debido a que las TIC y la logística han jugado un papel fundamental como medio para mejorar la eficiencia de las organizaciones y la entrega del servicio; en esta industria, fundamentalmente porque el viaje de turismo es uno de los productos mundiales más populares vendidos a través de Internet y que se debe entregar en tiempo real.

Colombia; en ese devenir del desarrollo turístico tiene grandes posibilidades; en este sentido, sol y playa son por excelencia los destinos de mayor aporte y movilidad económica, sin embargo, hoy en día las tendencias muestran una marcada variación hacia otro tipo de turismo, el denominado turismo alternativo, no obstante, no todos los recursos turísticos que posee Colombia pueden convertirse exitosamente en destinos turísticos, uno de esos casos es el departamento de Nariño, cuya biodiversidad cultural y natural la brinda ventajas comparativas muy atractivas para el desarrollo de una industria turística competitiva.

En Nariño y según el inventario turístico presentado por la Oficina Departamental de Turismo de Nariño, al Viceministerio de turismo, y avalado en el año 2008, presenta 104 recursos turísticos, de los cuales el Lago Guamuez es el primero en la categoría ecoturismo. Evidentemente, este recurso ecoturístico presenta alta biodiversidad de interés nacional e internacional, de la misma manera también tiene grandes debilidades para competir en el mercado del turismo, como se pueden sustentar en los diagnósticos señalados en los documentos como : Plan estratégico exportador para ecoturismo en el Lago Guamuez departamento de Nariño; 2007, Tesis de grado de la Universidad de Nariño, Plan estratégico de desarrollo turístico 2006, Gobernación de Nariño y Análisis de impacto del turismo 2008 , SENA Nariño. Aquí se determinan diferentes acciones tendiente a mejorar

¹ The 18th Session of the UNWTO General Assembly

la competitividad del sector, sin embargo, la voluntad política y privada se debe articular en un solo objetivo, en donde predomine el desarrollo del cluster de ecoturismo para el Lago Guamuez, pero sobre todo que se logre la articulación real de los diferentes eslabones de la cadena, para poder brindar respuesta de consumo eficiente a los turistas., en marcado en la utilización de las nuevas herramientas que el mercado le ofrece y que indudablemente la competencia ya ha iniciado su implementación.

En este orden de ideas, cuando se habla de turismo; sea de masas o alternativo, se involucra el actuar de un sin numero de personas jurídicas y naturales, todas pertenecientes a diferentes sectores productivos, pero que entrelazan sus servicios y bienes producidos con el único objetivo de brindar un paquete turístico, si en uno de los eslabones se presenta no conformidades con los procedimientos, el resultado es negativo para toda la experiencia turística del visitante, y por ende se presentara la insatisfacción respecto de lo ofrecido; complementado a eso, el turismo por su calidad de servicio, tiene las connotaciones de oferta en tiempo real; por lo tanto no se puede hacer pruebas antes de la experiencia del turista.

Así, hoy en día se observa que cada uno de los eslabones de la cadena de ecoturismo para el Lago Guamuez en el departamento de Nariño; sea de equipamiento o de instalaciones, presenta un trabajo desarticulado con el resto de la cadena, no hay una trazabilidad en el servicio y mucho menos un monitoreo que permita evidenciar las falencias y poder determinar acciones de control y mejora, no existe la implementación de un sistema logística integrador, un manejo de herramientas informáticas y tecnológicas que logren mejorar la eficiencia de las organizaciones y la generación de valor al momento de entrega del servicio . Si bien es cierto la plataforma Web es un instrumento de promoción, las expectativas que se crean a través del juego de imágenes con las que se trabaja, son poco probables de satisfacer con el actual sistema de articulación del servicio para el ecoturismo en el Lago Guamuez, trayendo como consecuencia una insatisfacción, una imagen negativa y por ende no se presentara la consecuencia de recompra, esto le afecta directamente a toda la cadena y al efecto multiplicador que el turismo por su naturaleza presenta, de igual manera no contribuirá a un desarrollo económico regional.

1.1.2 Formulación del problema. ¿Para contribuir a la competitividad de la cadena de ecoturismo para el Lago Guamuez en el departamento de Nariño, es necesaria la implementación de sistemas logísticos que logren la aplicación de las herramientas tecnológicas e informáticas para la articulación de los eslabones de la cadena?

1.1.3 Sistematización del problema.

- ¿Cómo es el desarrollo logístico para la articulación de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez departamento de Nariño?
- ¿Cómo ha afectado la falta de planificación logística para la implementación de herramientas tecnológicas e informáticas que logren la articulación de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez departamento de Nariño?
- ¿Qué plan logístico permitirá la implementación de herramientas tecnológicas e informáticas que logren la articulación de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez departamento de Nariño?
- ¿Cuál es el análisis financiero de la aplicación del plan de logística propuesto?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 **Objetivo general.** Diseñar un plan logístico que permita la aplicación de las herramientas tecnológicas e informáticas para la articulación de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez, contribuyendo al mejoramiento de su competitividad turística.

1.2.2 Objetivos específico

1. Identificar el actual desarrollo logístico.
2. Determinar el nivel de incidencia de la carencia de planificación logística y la implementación de herramientas tecnológicas e informáticas.
3. Establecer el plan logístico para la implementación de herramientas tecnológicas e informáticas que logren la articulación de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez departamento de Nariño
4. Presentar el análisis financiero de la aplicación del plan de logística.

1.3 JUSTIFICACIÓN²

Según las previsiones de la World Travel & Tourism Council (WTTC), para el año 2010 esta industria producirá el 12% del Producto Interno Bruto mundial (unos 3.5 trillones de dólares) y crecerá a un ritmo del 3% por año, previéndose duplicar para el año 2010 el número de turistas internacionales registrado en 1990 (594 millones). Respecto al empleo, unos 200 millones de personas estarían empleadas en esta industria en este año 2000, lo que supone el 8.2% del empleo mundial.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su Informe Tourism 2020 Visión, pronostica que para el año 2020, los ingresos turísticos excederán los 2 trillones de dólares; en 1999 los ingresos se cifraron en 455 mil millones de dólares, excluyendo el transporte internacional. Mientras que el número de

² CABEZA. María A. La Logística en la Actividad Turística, Universidad Simón Bolívar. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 2001. P. 257-264.

visitantes internacionales alcanzará la cifra de 1.6 mil millones, cifra que duplicará ampliamente el volumen de turistas internacionales de 1999, en este caso, unos 657 millones, con un aumento del 3.2% respecto al año anterior.

No obstante, el informe de la OMT pone en evidencia el hecho de que el turismo internacional está todavía en su infancia, al llegar a la conclusión de que solamente el 7% de la población mundial que potencialmente puede viajar, realizará algún viaje de turismo en el año 2020.

Colombia, no es ajeno a este fenómeno turístico, y si Nariño desea ser participe con sus recursos turísticos; de este creciente mercado, es imperante que se debe realizar muchos cambios a la actual forma de prestar el servicio turístico en esta región. De ahí, la importancia de la evaluación logística del sector, elemento de vital incidencia en el éxito o fracaso de los proyectos turísticos a desarrollarse.

Lo anterior se convierte en un reto logístico, dadas las características del turismo el cual requiere un flujo intenso; cada día más complejo, de personas, mercancías y bienes e información, conjuntamente con una gran exigencia de lograr la satisfacción del turista en toda la cadena de consumo.

El profesional logístico, ni el turismo en Nariño, deben obviar que el mercado turístico es altamente competitivo, donde el valor añadido cobra singular fuerza a través de la experiencia única, cuestión esta que ha obligado a la actividad turística a ofrecer un servicio superior, no solamente en términos de calidad, sino también de creatividad y donde se le impone dejar de ser una economía de servicios para convertirse en una economía de experiencias.

Ante esta situación, El turismo en Nariño, requiere de alternativas que garanticen un flujo eficiente de los suministros requeridos, puesto que la falta de disponibilidad de cualquiera de los cientos de productos, donde la inmensa mayoría son imprescindibles, puede paralizar un servicio turístico, con una afectación irrecuperable en la calidad del servicio, y esto solo se puede lograr a través de un efectivo manejo de la logística en turismo.

De suceder esta situación, en el menor de los casos se puede provocar la insatisfacción de un cliente, y quizás la pérdida del mismo; téngase en cuenta que para un hotelero el costo de captar un nuevo cliente es cinco veces mayor que el costo de conservarlo.

Por otra parte, para un distribuidor el número de clientes (instalaciones turísticas); aunque se esté en una época de crecimiento, siempre será un número restringido y muy difícil de reponer. En este ámbito, la gestión logística es una respuesta a la necesidad de garantizar en el turismo altos y consistentes niveles de servicio al cliente y de mantener relaciones estables y duraderas con los clientes finales.

1.4 MARCOS DE REFERENCIA

1.4.1 MARCO TEÓRICO

- Antecedentes Generales del Turismo Mundial:

A través de la historia el turismo ha sido marcado por la evolución de los medios de transporte y de comunicación, desde la aparición de la Berlina en el siglo XVI hasta los más modernos aviones y cruceros de la actualidad.

Pero un elemento importante fue el surgimiento de *la primera Agencia de Viajes* por el señor Thomas Cook en 1.841, quien miro en el turismo una oportunidad de negocios; así, hoy contamos con gigantescas empresas dedicadas al turismo.

Finalmente nos encontramos con las nuevas tendencias en la comunicación, las cuales han permitido disminuir las distancias, explorar y dar a conocer lugares lejanos con una gran facilidad, las herramientas informáticas como el Internet han incitado a el hombre a desplazarse hacia esos lugares, logrando de esta manera que el visitar nuevos lugares sea un fenómeno social masivo.

- Nociones Teóricas del Turismo Surgidas en la Historia.

Según la mayoría de los teóricos, es a partir del año de 1945 cuando se da inicio a lo que conocemos como la Teoría Turística Moderna. Sin embargo cabe anotar que en materia social, ni los hechos ni las ideas nacen de la nada; por lo tanto debemos considerar algunas nociones a manera de antecedentes que nos darán la base para el entendimiento de la teoría turística contemporánea.

Los antecedentes, base de la actual teoría turística, se ubican durante el periodo comprendido entre las primeras décadas del presente siglo hasta 1945. Básicamente se pueden agrupar en tres grandes corrientes:

Corriente Económica: Esta corriente concibe al turismo como un *hecho económico*. Para los representantes teóricos de esta escuela, el turismo es una manera de aprovechamiento de los recursos naturales lo que le permite por esto obtener recursos o bienes de tipo económico. Uno de ellos el profesor Schullern (1911), dice que el turismo es un concepto que comprende todos los procesos, pero especialmente los económicos; estos, agrega, se manifiestan en la afluencia, la permanencia y el regreso de los viajeros, desde, en y hacia determinadas regiones. Según Schullern, en el turismo el sujeto humano se pone en contacto con los bienes naturales o con el mundo exterior y para que se de, es necesario que ese sujeto se desplace; la importancia del turismo radica en el beneficio económico que puede dejar para la región en donde se practica

- Ecoturismo.

Quando hablamos de ecoturismo y la variedad de productos turísticos que se ofertan dentro del turismo alternativo ocasionan una serie de confusiones; especialmente porque los limites entre las distintas modalidades como el turismo de aventura, el turismo de naturaleza, turismo cultural y ecoturismo son difusos al

momento de la comercialización. Si bien la naturaleza es el marco de acción de estas modalidades de turismo, existen diferencias sustanciales en cuanto a objetivos e impacto se refiere.

Cuando hablamos de ecoturismo según la Unión Mundial por la Naturaleza, lo define como "aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio económicamente benéfico de las poblaciones locales" (citado por Ceballos, 1998: 7), donde el principal motivo de viaje es el contacto con la naturaleza.

Así, en la década de los 90's, más puntualmente en la cumbre de Rio ECO 92, el surgimiento de Turismo Sostenible se convirtió en una posibilidad de desarrollo para todo tipo de turismo llámense de masas o alternativo.

De esta forma el ecoturismo se hace protagonista en aquellas zonas donde los recursos naturales son una ventaja comparativa excepcional para su desarrollo.

De la misma manera, el ecoturismo es un negocio y por ende debe generar rentabilidad, creada a través de un nuevo uso de un área natural, en la cual los operadores deben ofrecer productos diferenciados y creativos que además integren todos los aspectos del ecoturismo.

En este sentido, la planificación del ecoturismo debe ser muy cuidadosa por la cantidad de elementos que se debe tener en cuenta y sobre todo por la articulación de los mismos.

- Las TIC³

Dado los cambios en las industrias mundiales, se ha implementado la importancia de la implementación de las TIC en las empresas de todos los sectores productivos, ya que están directamente relacionadas con el desempeño de las organizaciones y con la obtención de una ventaja competitiva sostenible. Según el enfoque willcocks, concibe a las TIC como, "un termino que engloba cualquier tipo de tecnología".

En este orden de ideas, el impacto de las TIC en la logística ha sido muy importante en el ámbito de investigación logística, centrándose en el desarrollo de sistemas de información capaz de soportar la amplia variedad de operaciones necesarias para dar soluciones específicas a los miembros del canal, promoviendo colaboración y añadiendo valor al negocio.

- Planificación del Espacio Turístico.

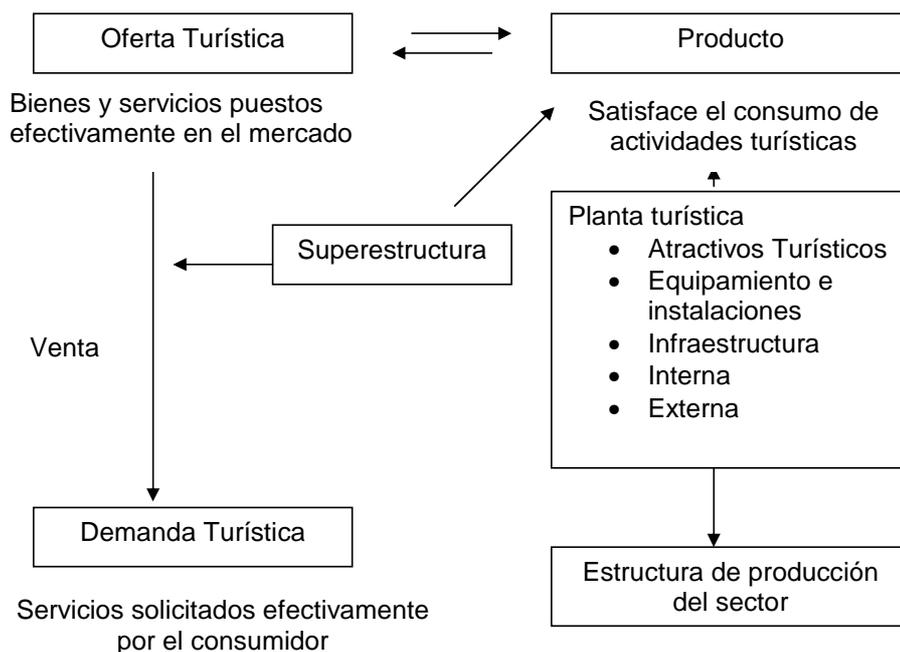
³ Boletín económico ICE No 2914 - 2007

Para comprender la importancia que tiene el turismo como fuente de desarrollo para una región se hace necesaria el análisis de diversas situaciones tales como los conceptos desarrollados en torno a la actividad turística.

De esta forma el sistema turístico sin llegar a ser extremadamente complejo, tiene algunas particularidades en su funcionamiento que se explican al detallar las características de las partes que lo componen. (Figura 2)

Teniendo en cuenta la dinámica del turismo encontramos elementos como: **La Demanda Turística**: Por lo general, los sistemas estadísticos no pasan de los registros globales en el ámbito de todo el país, con cifras más o menos exactas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno, si bien esta información es útil para analizar la evolución del turismo a través de sus tasas de crecimiento o decrecimiento, y deducir, a medias, el resultado económico, resulta insuficiente para definir técnicamente y con precisión las características que adopta el mercado en cada una de las tantas variables y lugares en que se manifiesta el turismo de un país.

Funcionamiento Del Sistema Turístico



Bullon C. Roberto Planificación del Espacio Turístico.

- Mundiales, Nacionales y Regionales

Mundiales	Nacionales	Regionales
<p>Alternativas de supervivencia.</p> <p>Las decisiones del estado alteran los escenarios de negocios.</p> <p>La globalización, con amplias oportunidades, y al mismo tiempo grandes exigencias.</p> <p>El desarrollo mundial del sector servicios.</p> <p>El auge del turismo a nivel mundial, por las nuevas condiciones de vida.</p> <p>La conservación de los sitios naturales.</p> <p>Las tendencias ambientalistas, que involucran agro ecología, ecoturismo, turismo rural, producción limpia entre muchas otras.</p> <p>Se ha constituido en un sector generador de empleo.</p> <p>Promoción de un turismo social y ecológicamente sostenible, con hoteles amigables.</p>	<p>Renglón económico no explotado en todas sus facetas.</p> <p>Potencial biodiversidad nacional es muy alta.</p> <p>No se le ha impreso al turismo regional el dinamismo que se necesita para su auge productivo.</p> <p>Deterioro de zonas, por la mala interpretación del turismo de masas.</p> <p>La población no sabe trabajar en turismo.</p> <p>Necesidad del desarrollo de un sistema de comercialización coherente con la conservación de los escenarios turísticos.</p>	<p>Una producción primaria.</p> <p>Una alto potencial de biodiversidad cultural, histórica y natural.</p> <p>Construcción de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, donde se identifico la cadena del turismo como una de las de mayor potencialidad y futuro para el departamento de Nariño.</p> <p>Construcción colectiva de su visión y la denominó Visión Nariño 2030, donde el turismo tomo gran escenario productivo</p> <p>Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, cuyo propósito fundamental se sustenta en generar condiciones para que Nariño se constituya en Destino Turístico, con ventajas comparativas y competitivas en el mediano plazo.</p> <p>Firma del convenio de competitividad para el destino turístico del departamento de Nariño.</p>

- Entorno, aspectos ecoturísticos del país:

Colombia en la Cumbre Mundial que tuvo lugar en Quebec, Canadá, del 19 al 22 de mayo, del 2002 se determinó la siguiente Matriz DOFA para el sector Ecoturístico.

Tabla. 1 Matriz DOFA para el ecoturismo en Colombia

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Gran infraestructura de hospedaje en zonas ecoturísticas como fincas cafeteras, zonas de camping. -Variedad de climas y zonas que van desde desiertos hasta las más húmedas y agredidas selvas. -Variedad de especies endémicas tanto de fauna como flora. -Gente linda y agradable dispuesta a servir y colaborar al turista. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poca información sobre ecoturismo. -Falta de profesionalismo por parte de las personas que plantean esto como una actividad lucrativa. -Poca conciencia por parte de los visitantes. -Destrucción de zonas vírgenes o culturalmente vírgenes. -Falta de Cultura Ecológica. -No hay una entidad de Justicia que se encargue de Cuidar el desarrollo de esta actividad
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Amplia cantidad de flora y fauna. -Culturas nuevas y dispuestas a colaborar con tal de verse beneficiadas. -Variedad de tipos de climas y paisajes. -Dos océanos. -Infraestructura adecuada para cierto tipo de ecoturismo. -Reservas forestales atractivas para el ecoturista. 	<ul style="list-style-type: none"> -La situación de violencia que atraviesa el país. -Países con programas o planes similares a los que ofrecemos pero que la seguridad es mejor. -La mala publicidad que algunas veces hacen los medios publicitarios del país. -Burocracia del gobierno a través del gobierno local evitando desarrollo de la zona. -Poca colaboración por las mayoristas. -La falta de credibilidad que tiene la actividad entre las promotoras turísticas.

Fuente: <http://ecoturismounab.galeon.com/aficiones512436.html>

Aspectos ecoturísticos regionales

- Nariño cuenta con una ventaja comparativa estratégica, su riqueza natural y paisajística le permite ofrecer diferentes alternativas para las nuevas características de la demanda turística.
- No se han elaborado estudios técnicos que le permitan explotar esa riqueza de una manera adecuada.
- En la Huella Regional de Nariño se identifican 14 Cluster definidos por su uso final, de los cuales los más destacados se encuentran en el sector primario, sin embargo el cluster de entretenimiento y tiempo libre esta fortaleciéndose en el ámbito regional.
- A partir del Plan Estratégico De Desarrollo Turístico Departamental año 2006, se determinó las variables de trabajo para el desarrollo turístico de la región.
- Se ha presentado a la región diferentes productos turísticos que permiten dar una guía a los operadores turísticos para la oferta de su portafolio de ~~Servicios~~ ~~Actividades~~.
- ~~Además~~ la Oficina de Turismo ha diseñado una serie de Guías respecto de actividades de la región como lo son; La ruta de los artesanos, La ruta de los pintores, La ruta de los museos, Sabores de Nariño.
- Nariño cuenta con espacios para el encuentro, la recreación y el deporte escenarios propicios para consolidarse como destino turístico.
- Son muchas las alternativas que se pueden explotar en Nariño con respecto al turismo, desde los estilos tradicionales hasta las actuales formas del ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, que requieren de un mayor compromiso por parte de quienes lo practican y de quienes lo promueven.
- Las áreas de conservación del departamento son otro potencial para el desarrollo turístico, en lo que tiene que ver con turismo ecológico, como el Santuario de Flora y Fauna Galeras, Santuario de Flora Isla de la Corota, Reservas Privadas como la Planada, Nambí, Pueblo Viejo, Pangan, La Cocha, etc.

Capacidad del sector turístico, según el trabajo presentado se plantea la siguiente información:

Tabla 2. Caracterización del sector turístico de Nariño⁴

SECTOR	<u>INFRAESTRUC</u> T. (Construcciones que permiten la prestación de este servicio: Vías, Hoteles, Restaurantes, etc.)				<u>LOGÍSTICA</u> (Condiciones que permiten calidad del servicio: Transporte, Planes Turísticos, etc.)				<u>ECONÓMICA</u> (Capacidad de Inversión y adquisición de servicios: Turismo Interno)				<u>SEGURIDAD</u> (Condiciones que garanticen la integridad del turista)				<u>ATRACTIVOS TURÍSTICOS</u> (Lugares y aspectos de interés)			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Servicios		X				X				X			X							X
Seguridad		X				X				X					X					X
Transporte		X			X						X				X					X
Ambiental		X				X				X					X					X

Municipio de San Juan de Pasto. Ubicado al Sur del departamento de Nariño y siendo su capital, Pasto es un municipio con una estructura urbana, que en el año del 2004 contaba con 45.629 habitantes.

Dentro de las cadenas productivas identificadas para Pasto encontramos las siguientes.⁵

Cadena agroalimentaria de la papa, Cadena láctea, Cadena hortofrutícola, Cadena del turismo, Cadena del fique, Mini cadena de la trucha, Mini cadena porcinos, Mini cadena del cuy, Cadena de las artesanías, Mini cadena de la madera, Mini cadena del mopa mopa y la Mini cadena del cuero.

La cadena del Turismo⁶

Es una de las cadenas potenciales y con miras desde el exterior y lo nacional. Como espacio de recreación y factor de competitividad que emerge de lo natural para convertirse en un factor potencial.

De esta manera, en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) Visión Nariño 2030, se presenta una realidad de la visión que el departamento tiene respecto del ecoturismo, en el cual se presenta un diagnóstico para el municipio de Pasto con relación a un bajo aprovechamiento de los atractivos ambientales, así una de las potencialidades que tiene el Municipio es el desarrollo del Ecoturismo, dos son los escenarios que el Municipio de Pasto presenta para el desarrollo del turismo rural.

⁴ Oficina Departamental de Turismo, mesa de turismo, 2006

⁵ Cámara de Comercio de Pasto, Análisis de las cadenas productivas potenciales de los municipios: de Pasto, Túquerres, La Unión y Alto Putumayo e identificación de estrategias para impulsar su participación dentro del crecimiento económico regional. 2006 pag35.

⁶ Cartilla. Emprende Camino – Conoce a Nariño. Gobernación de Nariño- Oficina de turismo.2005

En primer lugar encontramos el sitio turístico de la Cocha y el Encano, cuyos visitantes provienen de Cali (38.90 %), de Pasto (22.2 %), de Europa (11.2%) y de Norte América (5.6%), es decir corresponde a una demanda turística nacional en un 83.3% y a una demanda receptiva Europea y Norte Americana en un 16.8%. Se tiene que el 80% de los visitantes son profesionales, de los cuales el 44% son postgraduados. Su estancia fluctúa entre una y tres noches, su visita no está organizada a través de un paquete turístico y para las $\frac{3}{4}$ partes de los turistas la Cocha es un sitio conocido⁷.

Se considera que el servicio hotelero de la Cocha en un 50% está bien manejado, por cuanto la prestación de los servicios complementarios no corresponden a las expectativas y necesidades de los consumidores turísticos, por lo que hay necesidad de diseñar y programar actividades de esparcimiento en estos campos y capacitar a guías turísticos, restauranteros y hoteleros si se quiere brindar un producto de calidad que compita con el mercado vacacional interno y externo. El 53.1% de los visitantes consideran que la estadía produjo un alto nivel de satisfacción sobre el producto ofrecido frente a otros productos similares, por lo cual existe la necesidad de conservar y monitorear los recursos naturales de este ecosistema, ya que el 77.8% prevé visitarla nuevamente.

Uno de los problemas fundamentales que presenta este potencial turístico es que existe una ausencia de información previa al llegar al sitio, por cuanto el 80.6% de los visitantes la obtuvieron de sus amigos y los restantes durante la visita o en el sitio de hospedaje.

En el sitio turístico la Cocha se identificaron 7 atractivos turísticos, que corresponden el 80% a sitios naturales y el 20% a manifestaciones culturales y que son: Islote la Corota, Río Guamuéz, Páramo del Guamuéz, Laguna Guamuéz, Poblado El Encano, Estación piscícola Santa Lucía y Reserva Natural de El Estero.

El 57.15% de los atractivos tienen características excelentes de conservación y el 42.85% buenas características.

Cuatro atractivos se encuentran conservados, uno en proceso de recuperación y dos en proceso de deterioro. Es decir el 71.43% de los atractivos tienen un manejo sostenido, requiriéndose en el poblado de El Encano un Plan de ordenamiento urbano para el poblado y turístico para el corregimiento.

El Encano y La Cocha son sitios que presentan preferentemente atractivos correspondientes a la categoría de sitios naturales, con excelentes características, buen nivel de conservación y estado del entorno, restricciones en la actualidad al uso turístico, orientados a una demanda continental, nacional y departamental. Tienen ganada una imagen turística con base en la Laguna y la tranquilidad.

En el municipio de Pasto se practica fundamentalmente el turismo doméstico que es realizado por habitantes del municipio y por visitantes de paso que se dan cita en la ciudad por diferentes motivos, el 40 % de los visitantes realizan turismo de negocios; un 30% vienen por motivos varios dentro de los cuales está la salud

⁷ Gobernación de Nariño, Plan de Ordenamiento Territorial. Visión Nariño 2030, Sector Turismo.

y otras gestiones, catalogados como turismo de servicios; el 25% vienen por turismo de descanso y recreación, el 5% se encuentra en otros motivos dentro de los cuales están las conferencias, seminarios y talleres, clasificados como turismo para otros propósitos.

Finalmente, dentro del escenario regional para el turismo según el Taller denominado "Plan De Promoción Y Mercadeo De Nariño"⁸ diagnostica una realidad del turismo departamental con los siguientes resultados:

La principal capacidad identificada del sector turístico está relacionada al tema de gestión (61%), que se traduce en la generación de condiciones para el desarrollo del turismo.

Mercados objetivos generales, equitativamente con un 25% cada uno fueron: Ecuador, Estados Unidos, España y Francia, por producto encontramos los siguientes mercados, para ecoturismo: Francia (30%), Alemania (14%), Italia (14%), Inglaterra (14%), Canadá (14%), Ecuador (14%), Venezuela (14%).

Se priorizaron los lugares y/o destinos a visitar en el departamento de Nariño los cuales fueron: La laguna de la cocha (19%), Tumaco: el morro, Boca Grande, playas exóticas, mar, El charco: Gorgona, Amárales (18%), Volcanes: Azufrad, Chiles y Cumbal (17%), Ipiales: Rumichaca, Tulcán, Las Lajas (16%), Circunvalar al Galeras (14%), P.N.N Sanquianga (7%), Carnaval y otros (9%).

Se planteo una función básica la cual fue posicionar a Nariño como destino eco turístico a nivel internacional, y unas funciones secundarias, complementarias y accesorias que permitan alcanzar la función básica.

- Documentación referencial:

La fuente de trabajo es el Plan Estratégico Exportador Para Ecoturismo en el Lago Guamuéz Departamento de Nariño y su documentación teórica:

- Antecedentes Generales del Turismo Mundial
- Nociones Teóricas del Turismo Surgidas en la Historia.
- Evolución de la Noción Turística Moderna.
- Marketing Turístico:
- El Ecoturismo.
- Planificación del Espacio Turístico
- La Teoría del Espacio Turístico.
- Clasificación del Turismo

1.4.2 Marco Conceptual

Articular: Es hacer de cada componente de una organización, un agente realmente importante por sus cualidades, para que funcione un sistema.

⁸ CARCE Nariño, Cámara de Comercio de Pasto, octubre 2006

Cadena de valor: Una alianza voluntaria de compañías para crear un beneficio económico para clientes y compartir las ganancias. Es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final descrito

Canales Logísticos: La red de cadenas de suministro participantes comprometidas en almacenamiento, manejo, traslado, transporte y funciones de comunicaciones que contribuyen al flujo eficaz de los bienes.

Competitividad: El concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial.

De producto: es la capacidad para que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta; Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencien y que lo hacen deseable para los turistas.

La empresarial: no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo.

Data Mining: La minería de datos consiste en la extracción no trivial de información que reside de manera implícita en los datos. Dicha información era previamente desconocida y podrá resultar útil para algún proceso. En otras palabras, la minería de datos prepara, sondea y explora los datos para sacar la información oculta en ellos. Bajo el nombre de minería de datos se engloba todo un conjunto de técnicas encaminadas a la extracción de conocimiento procesable, implícito en las bases de datos. Está fuertemente ligado con la supervisión de procesos industriales ya que resulta muy útil para aprovechar los datos almacenados en las bases de datos.

E-business (negocios electrónicos): El término derivó de términos tales como "e-mail" y "e-commerce". Es hacer negocio en Internet, no sólo comprando y vendiendo, sino también brindando servicios a los clientes y colaborando con socios comerciales.

Estructura: Es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Guía de Turismo: Personas con profundo conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.

Logística: Según el Council of Logistics Management (CLM), logística es el proceso de planear, implementar y controlar Efectiva y eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada del punto de origen al punto de consumo con el propósito de cumplir los requisitos del cliente.

Logísticas integradas: Un comprensivo y amplio sistema de la cadena del suministro entera, como un solo proceso, desde el aprovisionamiento de las materias primas hasta la distribución del producto final. Todas las funciones que componen a la cadena del suministro se manejan como una sola entidad, en lugar de funciones individuales que se manejan separadamente.

Planeación de la capacidad: planeación específica del nivel de recursos (por ejemplo fábricas, flotas, equipo, hardware de los sistemas y tamaño de la fuerza de labor).lo que le da soporte a la empresa para una mejor producción.

Planificación de la demanda: El proceso de pronosticar y manejar la demanda para productos y servicios hacia los usuarios finales, así como para miembros intermedios en la cadena de suministro.

Producto Turístico: Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

Recursos Turísticos: Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Software de Análisis Multidimensional: Software que le da la oportunidad al usuario de observar los datos a través de una variedad de dimensiones diferentes

(también conocido como OLAP <Online Analytical Processing> o Proceso Analítico En línea).

Tecnologías de la información y la comunicación (TIC): son un conjunto de técnicas, desarrollos y dispositivos avanzados que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos. Entendemos por tics al conjunto de productos derivados de las nuevas herramientas (software y hardware), soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información.

1.4.3 Marco legal

- Normatividad Nacional:

Legislación Tributaria: el régimen tributario aplicable al comercio internacional de servicios no se encuentra previsto en el Arancel de Aduanas de los países importadores.

Tratamiento tributario aplicable a los diferentes modos de suministro: A continuación se indican las disposiciones tributarias que regulan con carácter general la exportación de servicios, así como las normas aplicables a cada uno de los modos de suministro para los siguientes impuestos: Impuesto sobre las ventas, impuesto de renta e impuesto de timbre

Legislación Cambiaria: Es general y no establece diferencias por modo de suministro. La exigencia de canalizar las divisas es tributaria más no cambiaria que se aplica cuando el exportador tiene derecho a la exención tributaria.

La Constitución Política de 1991, además de garantizar el derecho que todas las personas tienen a gozar de un ambiente sano (Art.79), introduce el concepto de desarrollo sostenible al consagrar la obligación del estado de “Planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales” y prevenir los factores que ocasionan riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro (Art. 80). La conservación de la biodiversidad tiene como finalidad última garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del país.

En el campo normativo el país ha venido desarrollando una legislación de gran trascendencia para la conservación de los recursos naturales.

La Ley 99 de 1993 establece en su artículo 1 numeral 2: “la biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible” y en su Art. 3 especifica: “*se entiende por desarrollo sostenible el que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la*

base de recursos naturales en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de propias necesidades”.

Reconociendo la gran potencialidad que nuestra biodiversidad ofrece y la necesidad de diversificar la oferta, la legislación del sector ley 300 de 1996 lo acoge como una extraordinaria alternativa para impulsar el desarrollo regional. En su Art. 26 lo define en los términos arriba mencionados.

En su Art. 27, establece que “ *cuando quiera que las actividades turísticas que se pretendan desarrollar en áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, será el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien defina la viabilidad de los proyectos, los servicios que se ofrecerán, las actividades permitidas, capacidad de carga y modalidad de operación*”.

Establece, además, la obligación de que exista una coordinación institucional especialmente del Ministerio de Comercio Industria y Turismo para la orientación de estas actividades.

Otra ley que se debe tener muy presente es la Ley General de Turismo, en ella se encuentra lo referente a las disposiciones y principios generales del turismo en Colombia, la descentralización de funciones turísticas, planeación del sector turístico; en donde determina el plan nacional de desarrollo y el plan sectorial de turismo, las zonas de desarrollo turístico prioritario y recursos turísticos, y del peaje turístico, nos define las diferentes formas de turismo como el ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, y turismo metropolitano.

La ley nos determina el aspecto del turismo como interés social, donde establece los aspectos generales, aspectos del mercadeo, la promoción del turismo y la cooperación turística internacional, de los incentivos tributarios para el fomento de la actividad turística, el fondo de promoción turística, de la corporación nacional de turismo, aspectos operativos del turismo, y de los prestadores de servicio turísticos en particular. Finalmente determina los circuitos metropolitanos turísticos.

Así mismo, la política para el desarrollo del ecoturismo desarrollada por Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Ambiente, y vivienda y Desarrollo Territorial en la que se plantea lo referente a la determinación de los requerimientos de infraestructura o condiciones de infraestructura básica, recomendaciones para la construcción de senderos, planta turística y actividades permitidas en áreas en las que se desarrolle el ecoturismo.

Finalmente la Constitución de 1991 da especial trascendencia al tema de descentralización ya que desde el artículo 1 define al país como una República unitaria pero en el nivel departamental, La Constitución establece en su artículo 300, numeral 2, refiriéndose a las funciones de las Asambleas “*Expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas de frontera*”.

Además de acuerdo con la "Política turística para una sociedad que construye la paz" la competitividad se impulsara a través de acuerdos regionales de competitividad, en la cual se identificara a través de un trabajo en equipo una visión de producto en el que los diferentes actores consideran que la región posee una ventaja comparativa importante.

- Normas Técnicas Sectoriales, Decretos y Resoluciones Aplicativas.

La Resolución Número 0657 de 2007, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia que permite buscar la excelencia en el servicio de hospedaje. y que en su artículo segundo establece: *"A partir de la vigencia de la presente Resolución, solamente podrán ser categorizados por estrellas los establecimientos hoteleros o de hospedaje que presten sus servicios en Colombia, en los términos del artículo 78 de la Ley 300 de 1996, que se consideren como hoteles, según la definición de la norma técnica sectorial NTSH 006 denominada "Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje – Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos" y que se certifiquen en el cumplimiento de los requisitos establecidos por dicha norma técnica sectorial, sus modificaciones y por las demás normas técnicas sectoriales que se expidan para tales fines."*

Norma Técnica NTS-USNA Sectorial Colombiana 001, 2002 – 10 -01, preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. La Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, ACODRES, es la Unidad Sectorial de Normalización que representa al gremio, y en la que se establece:

-Esta norma proporciona los requisitos para elaborar preparaciones calientes y frías con la calidad, la cantidad y tiempo señalado en la receta estándar.

Establece los requisitos necesarios para su preparación los cuales son: competencia, criterio de desempeño, establecimiento gastronómico Frecuencia de aplicación, mise-en-place o pre alistamiento y norma de competencia Resolución No. 0347 de 2007, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Por la cual se definen los criterios para otorgar la calidad de turístico a los bares y restaurantes contemplados en la Ley 1101 de 2006 y en la cual establece que: Se consideran "turísticos" los restaurantes y bares cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren localizados en unos de los siguientes lugares: Dentro del área de influencia directa de aquellos lugares de reconocido atractivo turístico, cultural o histórico o de importante visita turística, determinados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o que estén dentro del área de influencia de los recursos turísticos de utilidad pública a los que se refiere el artículo 23 de la Ley 300 de 1996.

La Resolución Ministerial N° 363-2005/MINSA: Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines; en la cual se especifica que la vigilancia sanitaria se sustentará en la evaluación de riesgos, las buenas prácticas de manipulación de alimentos y el programa de higiene y saneamiento, y la misma será ejercida por personal profesional calificado y capacitado en estos aspectos. De manipulación, infraestructura, autocontrol sanitario.

Así por ejemplo, se define que los establecimientos destinados al funcionamiento de restaurantes y servicios afines deben estar ubicados en lugares libres de plagas, humos, polvo, malos olores, inundaciones y de cualquier otra fuente de contaminación.

En el mismo capítulo, referido a la ubicación e instalaciones, se señala que el restaurante debe estar separado de la vivienda de su propietario o encargado. El ingreso del público al establecimiento debe ser independiente del ingreso para los abastecedores y otros servicios, o en todo caso, se establecerán períodos de tiempo diferentes para evitar la contaminación cruzada.

Cumplir con la norma es una ventaja para los restaurantes porque les brinda la posibilidad de que la municipalidad pueda calificarlos y certificarlos con la condición de "aceptable" o "restaurante saludable", que supone una ventaja para atraer al turista pues representa una condición de seguridad sanitaria.

Decreto 2755 de 2003 del Ministerio del interior y de Justicia: a través del cual se reglamenta el artículo 207 -2 del estatuto tributario (exención en renta por servicios ecoturísticos).

La Resolución Ministerial N° 0890-2005/Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, por la cual se establece la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la certificación de que trata el numeral 5 del artículo 207-2 del Estatuto Tributario. El cumplimiento de esta resolución permite establecer lo concerniente a la prestación de servicios ecoturísticos con respecto a los criterios ambientales para la prestación de dichos servicios y acceder a los beneficios que el gobierno otorga. La resolución ministerial N° 0118-2005/Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Por la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el párrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003, para que la prestación de servicios turísticos pueda ser considerada dentro del concepto de servicios de ecoturismo y acceder así a los beneficios tributarios, generando un servicio más competitivo y acorde a los estándares internacionales.

Resolución 0236 del 2 de febrero de 2005: Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo.

1.5 DESCRIPCIÓN SUMARIA

1.5.1 **Definición del proyecto.** El turismo es un proceso que requiere de una amplia gama de suministros a consumirse simultáneamente en sus procesos esenciales (transporte, alojamiento, alimentación, restauración, guianza y

entretenimiento /recreación) y dirigido a uno de los clientes más exigentes: el turista. Por otra parte, en una cadena turística confluyen las tecnologías de punta de casi toda la gama de la operación –y en constante renovación– para satisfacer las siempre crecientes exigencias de elevación de la competitividad.

Con regularidad, el mejoramiento de la gestión turística se ha focalizado principalmente en la introducción de nuevas tecnologías que eleven los estándares de confort y en mejorar los procesos de servicios que establecen un contacto directo con los clientes, y aunque indiscutiblemente sea una estrategia correcta, se han soslayado –en ocasiones despreciado y disminuido– las potencialidades de una gestión eficaz, eficiente e integrada de la cadena de suministro, como una vía para la elevación de la calidad del servicio que se ha de prestar al turista y de reducción de costos.

1.5.2 Finalidad del proyecto. El presente proyecto busca maximizar los beneficios que el turismo le puede ofrecer para la región de Nariño, específicamente a la cadena de ecoturismo del Lago Guamuez.

Por lo anterior, el sector logístico necesitará desarrollar una mayor capacidad de reacción y rapidez en las entregas, debido al desplazamiento del punto focal hacia los viajes individuales y los paquetes dinámicos y personalizados, así como la creación de mini-segmentos, unido al incremento de las reservaciones de vacaciones en un menor plazo y más fragmentadas; y finalmente, por el aumento de la demanda de productos frescos y naturales.

El problema se agudiza porque estas exigencias de elevación del nivel de servicio al cliente deben alcanzarse manteniendo reducidos niveles de stock en el intermediario final, o sea, la instalación turística –sobresaliendo los hoteles y restaurantes por los niveles de consumo–, producto de las restricciones en las capacidades de almacenamiento de estas instalaciones, y en ocasiones, por la limitada disponibilidad de capital como consecuencia de la prolongación de la duración del ciclo de pago que los Turoperadores y Agencias de Viajes le realizan, y que en cierta medida es provocado por el aumento de las facilidades de pago que estos intermediarios ofrecen a sus clientes y el reducido margen de utilidades con que operan.

1.5.3 Características. Las características del presente proyecto se determinan por los cambios de comportamiento y las motivaciones del consumidor en la actualidad, estas dos variables afectan el desarrollo turístico en cualquier destino.

Los cambios en el comportamiento y en los valores de los consumidores, constituyen un factor crítico para el nuevo turismo y para la gestión logística.

Respecto a las motivaciones, los nuevos turistas tienen una mayor experiencia turística y consideran las vacaciones como una prolongación de su vida, algo común y normal. Al mismo tiempo, los nuevos turistas ya no desean un paquete turístico estandarizado, rígido y masivo donde el sol y la playa sean el principal atractivo, sino que les gusta sentirse diferentes; prefieren un turismo individualizado y muestran un interés creciente por la tranquilidad, el contacto con

la naturaleza y la cultura, siendo espontáneos e impredecibles, exigiendo niveles de calidad cada vez más elevados.

De igual manera, en cuanto al comportamiento, se están produciendo cambios que repercuten en las decisiones de compra de los turistas, como por ejemplo: la tendencia a potenciar las vacaciones cortas (fin de semana y puentes), a repartir a lo largo del año las cuatro semanas de vacaciones con reducción del mes de verano, a reservar las vacaciones a más corto plazo, al aumento de la demanda de un turismo de calidad más personalizado y al crecimiento de las ofertas de última hora y las vacaciones "todo incluido". A su vez, estos cambios son impulsados por otros factores tales como, el envejecimiento de la población y la reducción de la jornada laboral en los principales mercados emisores de turistas.

Esta transformación de la demanda turística se enmarca en un entorno donde se requiere aprender a gestionar la incertidumbre, y tratar de compatibilizar los procesos de globalización de la producción y distribución por un lado, con la individualización del consumo y la comunicación personalizada e interactiva por el otro. Precisamente, estos requerimientos implicarán para la gestión logística mayores exigencias en cuanto a la consistencia y fiabilidad de los suministros; por demás en una amplia variedad, especialmente los alimentos y las bebidas, por su peso dentro del gasto turístico, que puede oscilar entre un 25% y un 50%.

Por otra parte, este proceso de suministro debe estar en correspondencia con las características de cada segmento del mercado emisor, que para los distribuidores implica muchas veces hacer llegar a los destinos e instalaciones turísticas los productos que los clientes consumen cotidianamente en su lugar de residencia.

La satisfacción de estas exigencias se hace cada vez más compleja por la liberalización del transporte aéreo en los principales mercados emisores de turistas

1.5.4 Soluciones que aporta el proyecto. Permitirá desarrollar una verdadera interrelación con todos y cada uno de los actores del proceso turístico como lo son: las agencias de viajes, las transportadoras, los hoteles, restaurantes y los destinos turísticos con los que se va trabajar y sus respectivos servicios, esto hará que haya mejor comunicación entre los actores, y de esta manera poder responder a tiempo ante cualquier eventualidad; porque habrá mayor control, orden y coordinación en la prestación del servicio y así lograr un desarrollo eficiente del ecoturismo. En definitiva, la cadena podrá- en todos los eventos que se presente- responder en tiempo real a las necesidades de los turistas, esto permitirá desarrollar ventajas competitivas sostenibles para la cadena.

1.5.5 Como se enfoca este proyecto a la logística. Se aplicaría a través del manejo adecuado que se dé del servicio, en cuanto al ofrecimiento de un paquete turístico completo, en el que haya un control total de la cadena prestadora del servicio, desde que el turista o usuario llega hasta que hace uso final del servicio;

es decir que no haya individualidad entre los diferentes actores, todos tendrán claramente definidos los objetivos y así dirigirse al desarrollo del sector, además que los escenarios turísticos cuenten con una eficiente y adecuada infraestructura para empezar a mejorar el proceso logístico.

El uso de las tecnologías, es preciso para poder adelantar este proyecto, la clave es que todos y cada uno sean responsables en la aplicación y control de la herramienta que se diseñe para este fin.

1.5.6 Por qué requiere de logística y que tipo o clase de logística se aplicaría para solucionar los inconvenientes que se identifican en el diagnostico. La actividad turística inmersa en pleno segundo *boom* turístico iniciado en 1990, está cambiando. El turismo de masas está en crisis, el marco de referencia se está modificando y las prácticas vinculadas al mismo deberán ser objeto de una rápida transformación, dando paso a nuevas tecnologías, más productivas y eficientes. Existen indicios que apuntan hacia una “Nueva era del turismo” en la que impera la calidad, la flexibilidad, la sensibilización hacia aspectos medioambientales, la individualización, la innovación y, finalmente, la integración vertical, horizontal y diagonal. Será conveniente entonces, analizar los principales desafíos que deberá enfrentar el profesional logístico y que se describen a continuación:

- Transformación de la demanda turística.
- Cambios en el comportamiento y los valores de los consumidores.
- Desarrollo de nuevos destinos turísticos y/o potenciación de los existentes en los países en vías de desarrollo.
- Concentración espacial y temporal del consumo turístico.
- Concentración del sector turístico.
- Transformación de la gestión logística como una función clave para el mejoramiento de la gestión hotelera.
- Mayor sensibilización de los clientes y gobiernos por la problemática ambiental.

Por lo anterior, el ecoturismo en el Lago Guamuéz requiere de un sistema logístico porque a pesar de que el sector del ecoturismo tiene alta potencialidad en el mercado global; aún no está bien desarrollado de manera local, debido a que se presentan problemas de desarticulación entre los diferentes eslabones que integran la cadena turística, porque cada uno trabaja en beneficio propio y no en esfuerzos para trabajar en grupo y de manera coordinada lo que le permitiría obtener mejores resultados, y así habría mejor manejo de la información y de los recursos para de esta manera lograr ser un sector eficiente y eficaz.

De igual manera, se requiere de un tipo de logística que permita a los diferentes eslabones del sector tener una adecuada interrelación, que tengan una comunicación igual, efectiva y en tiempo real, para determinar que es lo que tiene,

que servicio se va a prestar y cómo se lo va a prestar el servicio; es decir que todos estén interrelacionados con el mismo fin.

1.6 METODOLOGÍA

- Consideraciones Generales. El presente trabajo se desarrolla para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez, ubicado a 25 kilómetros de la ciudad de San Juan de Pasto en el departamento de Nariño, parte del análisis realizado en el documento “plan estratégico exportador de ecoturismo para el Lago Guamuez departamento de Nariño”, tesis de grado de la Universidad de Nariño 2007, se involucra a agencias de viajes, hoteles pertenecientes a COTELCO capitulo Nariño, transporte terrestre COOTRANDES Ltda., transporte fluvial ASOTRANSGUAMUEZ, Reservas de la Sociedad Civil, Restaurantes del Corregimiento el Encano y ACODRES.
- Tipo de Investigación: descriptiva,
- Diseño de Investigación: Estudio de variables independientes de tipo cualitativo, con un enfoque racionalista- deductivo
- Población de Estudio: Eslabones de la cadena de ecoturismo para el Lago Guamuez.
- Muestra de Estudio. 2 agencias de viajes, 2 hoteles, 1 empresa de transporte terrestre, 1 Empresa de transporte fluvial, 5 reservas, 1 Santuario de flora y fauna, 5 restaurantes, 10 guías turísticos.
- Técnica de Recolección de Datos: observación directa
- Instrumento de Recolección de Datos: Encuesta de contrastación de resultados para planes propuestos
- Niveles de Medición de las Variables: cualitativas
- Análisis e Interpretación de los Resultados: Ítems de variabilidad de articulación de la cadena
- Codificación y Tabulación de los Resultaos: presentación de variabilidad en la MEFE y MEFI
- Técnicas de Presentación de los Datos: Narrativa.

2. ACTUAL DESARROLLO LOGÍSTICO

Nariño es una región, cuya biodiversidad natural y cultural, le genera grandes ventajas comparativas para el desarrollo de un turismo alternativo, sin embargo, es un sector poco analizado con base a cifras, ya que los registros estadísticos son escasos, lo único que se maneja es la ocupación hotelera; información que no refleja en un 100% la práctica de turismo, y menos la práctica de ecoturismo. Por ende, es muy difícil pretender hacer un desarrollo turístico, si las acciones encaminadas hacia este fin no se pueden medir en efectos reales sino simplemente en mediciones subjetivas, en la mayoría de los casos.

De igual manera; la ventaja comparativa, no genera un desarrollo sostenible si no se generan ventajas competitivas, dentro de la planificación turística, encontramos unos factores que ayudan a determinar el grado de competitividad que un destino turístico puede alcanzar: sostenibilidad, cooperación, marco legal e institucional, infraestructura, gestión local de turismo, diversificación de la oferta, promoción, recursos humanos, gestión de riesgos e investigación, conocimiento e información⁹.

2.1 VARIABLES QUE GENERAN COMPETITIVIDAD TURÍSTICA – CASO LAGO GUAMUÉZ.¹⁰

- SOSTENIBILIDAD

Económica: El proceso de reinversión e innovación es un efecto que aún no se puede advertir dentro del turismo local, sin embargo, la comunidad del Encano – donde se ubica el Lago Guamuéz- ve en el turismo su fuente de ingreso, de supervivencia, de hecho ellos han desarrollado una cultura de pertenencia y pertinencia hacia esta actividad económica,

⁹Porras Germán , Competitividad de viajes y turismo - Foro Económico Mundial, Ministerio De Comercio Industria y Turismo

¹⁰ Fuentes: información de la oficina departamental de turismo, UAEPNN, Policía nacional (turismo), Gobernación de Nariño (planeación), CCP, ADEL, Alcaldía municipal de Pasto, Asotransguamuez, Cootrandes, ADC, COTELCO capitulo Nariño,

Social: La comunidad Encaneña, se vio muy afectada por la oleada de terrorismo que tuvo que afrontar en la década de los 90' e inicios del nuevo siglo, ellos tuvieron que buscar alternativas para una subsistencia marginal, sin embargo, hoy el turismo y más el ecoturismo que se desarrolla en la localidad es el medio de subsistencia de toda esa comunidad, y de igual manera de muchos otros sectores de la economía regional.

Cultural: Asoyarcocha, es una comunidad que ha sido reconocida por su trabajo, fueron ganadores en el 2007 del Globo Azul, tiene a la mujer CAFAM 2004, sin lugar a dudas, su cultura, su amor por la tierra ha hecho de esta comunidad una identidad propia, que tiene múltiples amenazas por la mala utilización de los recursos, no por los pobladores, sino por los agentes externos a esta comunidad

Medio Ambiental: La política de conservación en las reservas, es un elemento de explotación ecoturística y agroturística, sin embargo el mal manejo de las aguas residuales está llevando a un alto grado de contaminación del lago, de la misma manera los motores de las lanchas, pero son factores controlables.

- **COOPERACIÓN**

Coordinación pública: Las diferentes entidades públicas, se unieron para realizar el plan estratégico de turismo de Nariño, enmarcado en la visión 2030, sin embargo, es un proceso que ha permanecido en esferas documentales y no realizables, se presenta un protagonismo por periodo gubernamental y no un compromiso de manera continua, que permita desarrollar procesos concatenados y efectivos .

Cooperación público – privada: Si bien es cierto, hay mucho interés por parte del estado local y departamental, para el desarrollo de alternativas económicas en la región, la mayoría de acciones se encaminan a una capacitación que generalmente no tiene una argumentación de hecho, sino de cumplimiento, el sector se ha vuelto renuente porque hay una cultura de corto tiempo, no hay una cultura de procesos.

Cooperación regional: Existe gran rivalidad, por la obtención de presupuesto estatal, sin embargo, existen proyectos de integración regional, donde el turismo es un protagonista.

Áreas de cooperación: El sector turístico de Nariño tiene claro que debe posicionarse, es algo que todos y cada uno de los actores tanto públicos como privados tiene claro, desde el año 2007 Nariño se presenta en la Vitrina de ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Turismo) con un propuesta de turismo interesante, en donde diversos actores unen recursos económicos y

humanos para tal fin, se realiza una promoción fuerte, se ingresa a la plataforma de promoción “vive Colombia baja por ella”, se logra que el Lago Guamuéz, o laguna de la Cocha como es más conocida, tenga presencia en la revista AVIANCA.

Coordinación entre actores: Se realiza una integración de mesas por sector, liderada por la cámara de Comercio de Pasto, se desarrolla el plan estratégico de turismo, se integra el turismo en los diferentes planes de desarrollo municipales, se crean los comités o grupos de turismo municipal.

- MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

Jurídica: El departamento de Nariño, tras los compromisos adquiridos con el gobierno central ha desarrollado una plataforma que está generando estabilidad para el sector, es así que dentro del ranking de competitividad en el año 2007, Nariño ocupó el 1° puesto con un 97% de cumplimiento del acuerdo de competitividad turística.

Inversión extranjera: Si bien es cierto, Nariño es un foco creciente de turismo alternativo, las circunstancias de orden público no hacen del departamento un atractivo para la inversión extranjera, aunque los programas de fomento que realiza el Ministerio de Comercio Exterior y Proexport han beneficiado a muchas regiones de Colombia.

Libertad de circulación: Todo el territorio Colombiano es un país de libre circulación, sin embargo, las condiciones de orden público ha hecho que zonas de interés turístico se conviertan en un peligro, la Cocha ha tenido un proceso de presencia armada de grupos al margen de la ley, que en los últimos años se han retirado y la presencia de la fuerza pública ha generado confianza.

Protección del consumidor turístico: En el documento “Seguridad Turística: del año 2000, se aprecia que la seguridad es un elemento de competitividad, y se genera un plan estratégico de seguridad, esto busca recuperar la confianza del turista y darle oportunidad a nuestros atractivos.

- INFRAESTRUCTURA

Aeropuertos: El departamento cuenta con tres aeropuertos ubicados en las ciudades de Tumaco, Ipiales y Chachagui, este último localizado a 45 minutos de Pasto, es el más cercano a El Lago Guamuéz, su plataforma de aterrizaje está catalogada como una de las más riesgosas del país, por la geografía de la zona. El aeropuerto tuvo modernización en sus instalaciones lo que permitió la apertura de vuelos nocturnos, sin el éxito esperado.

Con 6 vuelos diarios ofrecidos por empresas comerciales como AVIANCA y

SATENA, existe conexión aérea directa desde el aeropuerto Internacional El Dorado de la ciudad de Bogotá, y Alfonso Bonilla Aragón de la ciudad de Cali, con otros destinos tiene conexión con trasbordo.

Generalmente por las condiciones climáticas el aeropuerto se ve obligado a cerrar operaciones generando congestión en el servicio.

Existen empresas de taxis con rutas específicas Pasto – Chachagui – aeropuerto, que ofrecen el servicio puerta a puerta, con una capacidad de 85 vehículos tipo automóvil.

Carreteras y transporte: Nariño tiene acceso por la vía panamericana desde el norte del país o desde el sur (Ecuador), y la vía que conduce al departamento del putumayo, (luego conexión con el Huila) vía en la cual se ubica el Lago Guamuéz, cuya concesión que se adjudicó en el año 2007, para la recuperación de esta vía, ha quedado incompleta, por lo tanto el tramo desde Pasto hasta el Encano, es una vía muy difícil y se encuentra en condiciones muy precarias.

La gran mayoría de vías municipales están pavimentadas, sin embargo las vías secundarias están en un estado difícil.

En el Lago Guamuéz, a los lados laterales, tiene acceso por vía terrestre hasta un 75% de su extensión, es vía destapada, sin embargo la comunidad permanentemente le hace mantenimiento para evitar contratiempos.

Los vehículos que ofrecen el servicio de transporte Pasto El Encano no se ubican en la terminal de transportes terrestre, se ubican en un lugar de la ciudad que no tiene señalización y que ningún material promocional turístico elaborado por las diferentes instituciones y / o empresas privadas lo indican, esto implica gran desventaja en el momento en que un turista quiera viajar hasta el Lago Guamuéz.

En esta vía se localizan 4 estaciones de gasolina, las dos primeras en el casco urbano, la tercera en la vereda Cabrera y la cuarta en El Encano Centro. Hay 2 sitios que prestan el servicio de monta llantas uno en la salida de la ciudad y otro en el poblado de El Encano.

En lo que se refiere a servicios para el turista, en el trayecto Pasto el Encano a la altura de los corregimientos de Cabrera, San Fernando y La Laguna se ubican a lado y lado de la vía diversos establecimientos de comida típica,

Existe el tramo llamado la Divina Pastora que se localiza exactamente cuando la vía está atravesando la cordillera, donde generalmente se localizan patrullas del Ejército Nacional, porque es una zona montañosa tipo andina y en donde no existe poblado; medio kilómetro abajo en dirección a El Encano se ubica el mirador, lugar donde los turistas pueden apreciar en su máximo esplendor la majestuosidad del Lago Guamuéz; sin embargo, depende mucho de la situación climática que se encuentre.

En el poblado de El Encano existen lugares de alimentación catalogados “en la vía”, carentes en muchas ocasiones de un sistema de control de sanidad.

La vía principal a la vereda El Puerto es destapada y estrecha, en los últimos meses la alcaldía municipal de San Juan de Pasto destinó personal para su mantenimiento, sin embargo en temporada de lluvias la vía se ve claramente afectada.

Abastecimiento y depuración de agua: El Encano vierte sus aguas directamente al río El Encano. En el corregimiento de El Encano, con recursos del Fondo Nacional de Regalías (Ley 141/95), el municipio viene adelantando el programa de pozos sépticos en las diferentes veredas del corregimiento; aún no se ha iniciado la construcción de sistemas de tratamiento de aguas negras, para la zona del Puerto, el mayor sitio de afluencia turística de La Cocha, , existe un problema muy fuerte, cuyo vaciado de aguas negras es en el Lago, puesto que la zona es altamente pantanosa y los pozos sépticos no tienen las condiciones para que los efectos de estas aguas, no se filtren hacia el exterior. Esto está llevando a un alto nivel de contaminación, la mayor parte de la comunidad tiene baños de agua que presenta graves problemas sanitarios ante la carencia de obras básicas de saneamiento ambiental.

De acuerdo a la Empresa de Obras Sanitarias de Pasto EMPOPASTO S.A., en el corregimiento de El Encano cuenta con servicio de agua propio comunitario para el sector El Encano Centro, en lo referente a veredas y reservas presentan sistemas de agua privados tomados generalmente de afluentes hídricos del Lago Guamuéz.

Para el sistema de basuras la Empresa Metropolitana de Aseo EMAS, hace una recolección de estas cada ocho días en El Encano Centro y poblaciones aledañas como lo es la vereda El Puerto y San José. En las reservas se presenta el manejo por diferenciación de residuos dadas las distancias y la accesibilidad del carro recolector hasta ellas.

Existe un puesto de salud La Laguna/El Encano capacidad de oferta institucional cuenta 1 medico general, 1 odontólogo, 2 auxiliares de enfermería, 1 ambulancia, comunicación red interna y nivel de complejidad. Esta red no está planificada bajo el esquema de un destino turístico, dados los limitantes recursos con los que cuenta.

Gestión de residuos: Dadas las condiciones de preservación que se desarrolla en la zona, tiene muy claro el proceso de reciclaje, la no contaminación del ambiente, aunque se presentan excepciones muy grandes al proceso, ellos tienen políticas de descontaminación del lago, una vez por mes los miembros de Asotransguamuéz realizan una minga de trabajo por la cocha, cuyo objetivo es la recolección de todo agente extraño y contaminante del lago.

Se están presentando proyectos para la problemática de la vereda el Puerto, y así disminuir el impacto negativo que se está generando en la Cocha.

Servicios públicos: La cabecera del Encano, cuenta con energía eléctrica de manera continua y alumbrado público, suministrada por Centrales Eléctricas de Nariño S.A. E.S.P. CEDENAR, agua potable, recolección de basuras, hay un centro de salud.

Estímulos a la creación de instalaciones: El estado con la política de ecoturismo, tiene incentivos para el sector muy atractivos, pero le falta la promoción de los

mismos y que la población entienda y perciba esos beneficios, existen elementos que se pueden trabajar tanto en las instalaciones como el equipamiento que afecta la cadena de ecoturismo para el lago Guamuéz, las reservas naturales privadas que hacen parte del atractivo tiene potencialidad para aprovechar estos beneficios y explotar su capacidad de generación de impacto ambiental positivo.

Existe el programa de posadas turísticas, que se pueden implementar de manera exitosa en las reservas que se ubican en la parte sur del lago y que ofrecen atractivos nocturnos naturales.

En cuanto a muelles, embarcaderos, senderos también hay una política que favorece a la construcción de esta categoría.

Conectividad: Los dos Hoteles principales del Lago, Sindamanoy y Chalet Guamuéz ofrecen internet, en la cabecera del Encano también existe gran oferta del servicio, de igual manera hay antenas de los operadores que hoy facilitan la prestación del servicio, sin embargo, existen algunas reservas donde la política es todo natural, y su valor agregado se centra en ese espacio libre de toda conexión con el mundo exterior.

- **GESTIÓN LOCAL DE TURISMO**

Efecto multiplicador: El ecoturismo que se desarrolla en el Lago Guamuéz, es un elemento que se debe trabajar en conjunto con otros productos turísticos, que indudablemente generan un efecto en el transporte, en el alojamiento, en la parte gastronómica, en la artesanal, y en la productiva.

Beneficios reales: La comunidad mira los beneficios del ecoturismo a través del transporte, la alimentación, guianza, visitas a reservas, venta de productos típicos.

Percepción de la comunidad receptora: Ellos miran en el turismo la oportunidad de desarrollo local y regional, de ahí que el colegio tenga una modalidad de “formación en Turismo, aunque la comunidad afectada es renuente a los programas del gobierno, ya que sobre la Cocha se han realizado innumerables programas.

Sentido de pertenencia: La comunidad Encaneña y en general la comunidad Nariñense tienen un alto grado de identificación con lugares como la Cocha y el santuario de las Lajas, desde el año 2003, la promulgación por el turismo ha llevado a que gran cantidad de personas se involucre con su desarrollo y las nuevas generaciones hagan parte de él, es así como la parte educativa se ha integrado al proceso de turismo a través de formación por ciclos que se busca generar desde las primeras etapas de formación de la población Nariñense.

- **DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA**

Opciones: Según lo adelantado por la Oficina Departamental de Turismo, Nariño tiene ventajas para desarrollar no turismo de masas, sino, turismo alternativo, así presenta una serie de opciones como lo son: Reservas naturales y volcanes, Sol y playa, Turismo religioso, Historia y cultura, Ecoturismo y Etnoturismo. Productos que fueron lanzados en el mes de mayo del año 2006, en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Pasto, bajo el slogan "Emprende camino, conoce a Nariño".

Clasificación: Según los lineamientos que planteo el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el departamento de Nariño clasifico todos sus atractivos turísticos, lo que ha permitido desarrollar rutas, que integran no solo una visita sino el recorrido por varios municipios, es el caso de la ruta de los museos, la ruta de los artesanos entre otras.

Estudios: El turismo en Nariño, carece como tal de estudios técnicos respecto del Lago Guamuéz, como lo son la capacidad de carga, para la gran mayoría de las reservas privadas, con respecto a la isla la Corota, por ser reserva natural, está a cargo de Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales, el cual si tiene los estudios respectivos.

- PROMOCIÓN

Presupuesto: Es un elemento que se ha fortalecido, todas las entidades estatales y mixtas han trabajado en material promocional, sin embargo cada una asigna un presupuesto por separado y generalmente los objetivos promocionales son los mismos.

Eficacia y eficiencia: Debido a que no poseen un plan de mercadeo que les permita elaborar indicadores para la medición del impacto promocional, la valoración que se realiza es muy subjetiva, sin embargo, el impacto que se ha generado ha sido satisfactorio, tanto a nivel externo como interno, la comunidad receptora día a día ha entendido al importancia de capacitarse, de mejorar , de visionar el turismo como alternativa de desarrollo

Gestión mixta: Es necesario definir que la integración entre los diferentes entes territoriales se ha generado, pero no se ha logrado definir esa acción unificadora e integradora, y que cada una de las entidades tiene un fin particular, y es el cumplimiento de compromisos políticos, por su parte, la iniciativa privada es elemento decisivo, siendo el gremio hotelero el más fuerte y jalonador de la cadena de ecoturismo en Nariño.

Solo el gremio hotelero tiene presencia institucional con COTELCO (Asociación Hotelera de Colombia) capitulo Nariño, debido a que los otros gremios como, ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo), ACODRES (Asociación Colombiana de Industria Gastronómica) no hacen presencia en el

departamento o si la tiene no es significativa.

Planificación: Se tiene un objetivo común, dar a conocer a Nariño como destino turístico, sin embargo, no hay una planificación de esa promoción, se realizan eventos, grandes inversiones en publicidad impresa, pero no hay una planificación concatenada que permita evaluar, controlar y mejorar los procesos promocionales. Esto es un elemento crítico, debido a que los recursos se pueden mal utilizar e invertir en procesos ineficaces que pueden generar impactos negativos en imagen turística de Nariño.

Es necesario hacer claridad, que la carencia de planificación estructural del sector es deficiente, existe un interés en mejorar esto, de allí que se han generado actividades de capacitación a través de diplomados dirigidos al sector público y privado, cuya finalidad es disminuir los elementos de ineficiencia en mercadeo turístico.

Selección de mercados: Bajo la política de promoción turística, Colombia ha generado una plataforma para que a través de las oficinas de turismo se presenten proyectos: Más y mejores mercados, mejores productos, mejor capital humano, mejor promoción y comercialización, más y mejor información, más y mejor calidad e innovación, más presencia institucional, más seguridad y más ética.

De igual manera, el plan estratégico exportador para ecoturismo en el lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, cuyo financiamiento lo realizó la Cámara de Comercio de Pasto, en este trabajo se definió los mercados más atractivos para el ecoturismo en Nariño.

Investigación y segmentación: Como una parte estructural del desarrollo no se ha implementado, se tiene los documentos que han desarrollado las universidades y las entidades gubernamentales, pero no es una política de planeación dentro de las empresas privadas.

Nuevas tecnologías: Se ha diseñado la página web, donde se puede encontrar mucha información de turismo de Nariño, de igual manera el Lago Guamuéz, por su majestuosidad está en muchos sitios web, lo que permite que sea conocida por muchas personas, se ha participado en ferias internacionales, a las cuales a través de la oficina departamental de turismo participan diferentes actores de la cadena del turismo en Nariño.

Comunicación e imagen: Bajo el slogan "Emprende camino, conoce a Nariño", la parte turística del departamento ha diseñado su plataforma de promoción, el Lago Guamuéz es uno de los elementos gráficos más trabajados en la parte promocional, se han realizado documentos gráficos del Lago Guamuéz.

- **RECURSOS HUMANOS**

El turismo como servicio personal: En el departamento de Nariño a través del Servicio Nacional de Aprendizaje, se ha iniciado una formación del recurso humano, donde prima el desarrollo del servicio enfocado al cliente.

Conexión empresa- entes de formación: Si bien es cierto, se ha iniciado un proceso de formación, no hay una conexión con la parte productiva, ya que aun no se tiene confianza en la calidad del servicio que este recurso humano puede ofrecer.

Niveles: La formación es de un nivel técnico, no se tiene una fuerte proyección, pero están incluidos dentro de los planes de estudio, el desarrollo de ciclos propedéuticos, con los cuales se pretende afianzar la identidad regional y así el desarrollo de un servicio turístico más productivo.

Promoción y apoyo: Es indudable que la promoción que se le hace al departamento y con gran énfasis al Lago Guamuéz, no solo por parte pública sino también por la parte privada, eso ha hecho y ha logrado grandes efectos de manera positiva en la localidad, es así que la población Encaneña tiene un compromiso cultural con este sector.

- **GESTIÓN DE RIESGOS**

Imagen: La promoción que se realiza es motiva, cuyo elemento principal son las imágenes que de el Lago Guamuéz se presenta al exterior, sin embargo, la falta de respaldo a la promesa de servicio que se hace implica un gran riesgo de la imagen del futuro destino turístico.

Situación de crisis: Por la parte pública se ha realizado una serie de campañas donde se da a conocer que el lugar está libre de presencia de grupos armados al margen de la ley, la población local ha retornado a lugares que fueron abandonados, como lo fueron algunas reservas privadas y se han iniciado procesos de reconversión, juega un papel muy importante el grupo de niños "herederos del planeta", ya que son el emblema de este proceso.

- **INVESTIGACIÓN, CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN**

Investigación de mercados: A pesar que en este campo hay ejemplos de éxito, que pueden guiar el camino, en esta variable hace falta mucho trabajo; publico y privado, se hace necesario una organización que promueva el desarrollo de esta herramienta, que es de incidencia directa en la obtención de resultados significativos para el desarrollo turístico del Lago Guamuéz, en la búsqueda de pasar de ser un atractivo a un destino ecoturístico para la región, Colombia y el mundo.

Estadísticas: Son escasas, por no decir que nulas, las que se han realizado son para trabajos académicos y no para fines económicos.

Cuentas satélites de turismo: No existe aún la implementación de esta herramienta financiera de turismo.

Base de la planificación y manejo de las TIC: Básicamente es el ejemplo de otras regiones, son intereses políticos, con expectativas de desarrollo local, es indudable la incidencia académica que sobre este campo se ha desarrollado, sin embargo existe un desarrollo tecnológico parcializado, no se han implementado sistemas de planificación articulado, y menos de integración tecnológica que permita trazabilidad en la prestación de cada uno de los actores de la cadena

3. INCIDENCIA DE LA CARENCIA DE PLANIFICACIÓN LOGÍSTICA Y LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS E INFORMÁTICAS.

3.1 ANÁLISIS CORRELACIONAL

Como se puede abstraer, el Lago Guamuéz, si bien tiene un potencial para el desarrollo ecoturístico, necesita de la implementación de un sistema logístico que permita implementar acciones de control y mejora, además de la implementación de las TIC al proceso de articulación de todos los actores y enfocar un objetivo de acción, que logre desarrollar los diferentes puntos: financiero, recurso humano, mercadeo, servicio entre otros, y que permita administrar los diferentes recursos para su promoción.

Las matrices MEFI y MEFE que se presentan a continuación tienen como fuente el Plan estratégico exportador para ecoturismo en el Lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo, elaborado durante los años 2006-2007, se diseño un sondeo dentro de la población afectada para determinar si estas matrices han tenido variación en su resultado.

Los factores analizados fueron determinados por consenso a través de reuniones de los diferentes sectores, liderados por la Oficina Departamental de Turismo de Nariño.

Como se puede mirar en el resultado de la matriz MEFI; tabla 3, el Lago Guamuéz, con 2.13 presenta una situación interna más atractiva, lo que sugiere que los procesos adelantados están obteniendo buenos resultados, los cuales se deben reforzar con una mejor organización del servicio, logística del servicio

A diferencia de la MEFI, la MEFE se mantiene; como se puede apreciar en la tabla 4, lo que permite determinar que las acciones desarrolladas han permitido, mantener un escenario externo promisorio para que el Lago Guamuéz se consolide como destino ecoturístico.

Como lo indica la figura 1 del enfoque básico de las estrategias de desarrollo para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuéz, internamente la cadena presenta un sistema productivo que ha mejorado; sin embargo, el entorno competitivo le ofrece posibilidades de desarrollo, como lo son los sistemas de logística integrados con el manejo de las TIC, esto implica que esas debilidades se pueden contrarrestar con las oportunidades que el macro entorno le ofrece, teniendo presente que una de sus principales carencias era el talento humano seguido de la infraestructura y la articulación de eslabones. Así la cadena se ubica en el cuadrante estratégico de ofensiva y expansión, que con un sistema logístico adecuado puede emprender el reto que su situación actual le ofrece.

Tabla 3 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI) para el ecoturismo en el Lago Guamuéz.

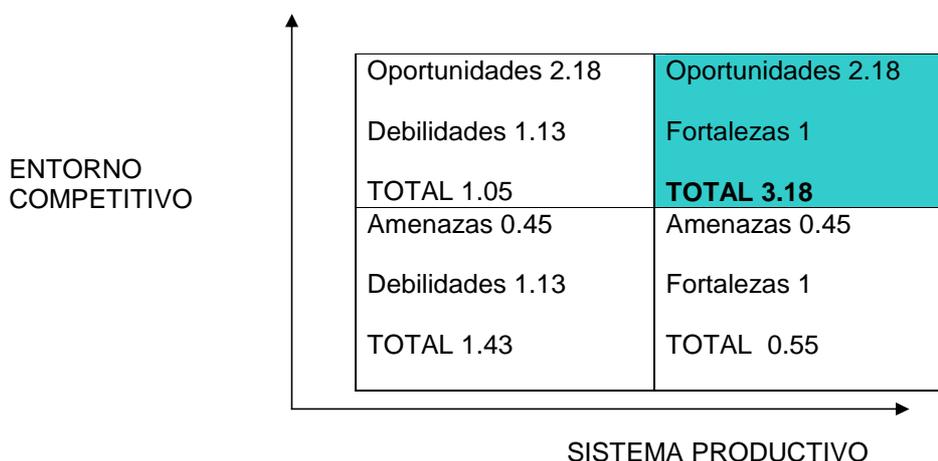
FACTORES INTERNOS CLAVES	PON.	CLAS.	P*C
Atractivos turísticos			
Biodiversidad	0.04	4	0,16
Atracción visual	0.04	3	0,12
Estudios de capacidad de carga*	0.06	2	0,12
Equipamiento			
Ubicación	0.04	3	0,12
Formación del talento humano*	0.07	2	0,14
Capacidad administrativa	0.04	2	0,08
Requerimientos legales	0.04	1	0,04
Inversión	0.05	2	0,1
Instalaciones			
Mantenimiento*	0.04	3	0,12
Acceso	0.04	2	0,08
Inversión	0.05	1	0,05
Infraestructura			
Inversión	0.05	1	0,05
Señalización*	0.05	2	0,1
Comunicaciones	0.04	3	0,12
Servicios complementarios	0.04	2	0,08
Superestructura			
Elaboración y socialización de trabajos	0.04	3	0,12
Asociatividad*	0.05	2	0,1
Seguridad	0.05	2	0,1
Gestión de recursos	0.04	3	0,12
Promoción			
Estudios	0.05	1	0,05
Recursos	0.04	3	0,12
Medición de impacto	0.04	1	0,04
TOTAL	1	48	2,13

*Estas variables pasaron de una clasificación inferior a una superior, en este caso de amenazas mayores a menores. Se actualizo esta información respecto de la fuente, según la valoración actual de la situación para el Lago Guamuéz.

Tabla 4. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE) para el ecoturismo en el Lago Guamuéz.

FACTORES EXTERNOS CLAVES	PON.	CLAS.	P*C
Económicos			
Identificación como unidad productiva por diferentes regiones.	0.02	1	0.02
Situación del mercado laboral.	0.01	2	0.02
Calidad del empleo.	0.01	2	0.02
Inversión en infraestructura pública y privada.	0.08	1	0.08
Implementación de la cuenta satélite del turismo.	0.01	4	0.04
Políticos			
Política para el desarrollo del sector.	0.07	4	0.28
Política Internacional.	0.03	3	0.09
Programas de apoyo y fomento al sector.	0.02	4	0.08
Descentralización.	0.03	4	0.12
Política de promoción turística	0.05	4	0.2
Culturales			
Nuevas tendencias turísticas	0.06	4	0.24
Pensamiento estratégico visionario.	0.03	3	0.09
Sistemas de asociatividad productiva.	0.03	1	0.03
Medio ambientales			
Concientización de preservación de los recursos naturales.	0.07	4	0.28
Desarrollo turístico sustentable.	0.03	3	0.09
Sociales			
Formación del talento humano para el desarrollo del sector.	0.08	1	0.08
La situación de violencia	0.04	1	0.04
Legales			
Ley General de Turismo	0.03	3	0.09
Normas técnicas sectoriales	0.07	4	0.28
Resoluciones Aplicativas	0.03	3	0.09
Competencia			
Crecimiento de nuevos destinos alternativos.	0.02	1	0.02
Manejo del sistema de exportación de servicios	0.05	1	0.05
Demográfico			
Fluctuaciones de la demanda y oferta turística nacional e internacional	0.03	4	0.12
Tecnológico			
Internet	0.03	3	0.09
Manejo de Software especializados para el sector.	0.02	2	0.04
Administración de la información.	0.03	1	0.03
Geográfico.			
Ubicación Fronteriza	0.02	1	0.02
TOTAL	1	69	2.63

Figura 1. Enfoque básico de la estrategia de desarrollo para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuéz.



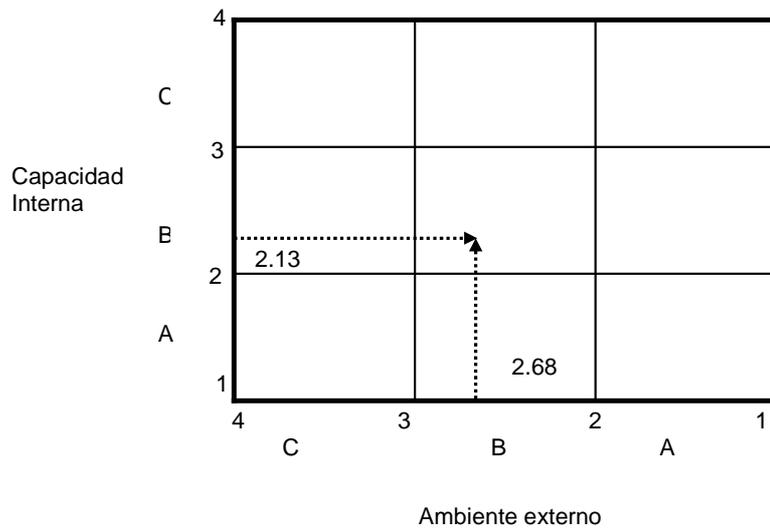
Fuente el Plan estratégico exportador para ecoturismo en el lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

De la misma manera, como lo indica la figura 2 de la matriz interna – externa de la cadena objeto de estudio, se ubica en el cuadrante B*B lo que significa una ambiente externo medio y una capacidad interna media, en este cuadrante se requiere de estrategias que permitan el desarrollo de potencial interno para aprovechar las ventajas del ambiente externo y desarrollo de componentes competitivos, en este caso se están manejando los elementos naturales únicos del lugar.

De igual manera, el diagnóstico para el Lago Guamuéz, presenta mejoras en los escenarios internos y externos, siendo una de sus principales debilidades la organización de las diferentes actividades entre sus actores a lo largo de toda la cadena, debilidad que se debe atacar con un sistema de logística muy bien definido que integre las herramientas tecnológicas e informáticas, que en la actualidad todo destino turístico posicionado en el mercado esta implementando.

Como se puede abstraer de todo el análisis correlacional entre en ambiente interno – externo, la falta de planificación logística e implementación de las herramientas tecnológicas e informáticas a la cadena de ecoturismo para el Lago Guamuéz, no le ha permitido poder encadenar a todos sus actores, presentando debilidades mayores en su entorno interno, lo que le resta competitividad turística al momento de su posicionamiento en el mercado como un destino turístico alternativo.

Figura 2. Matriz interna - externa para la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuéz.



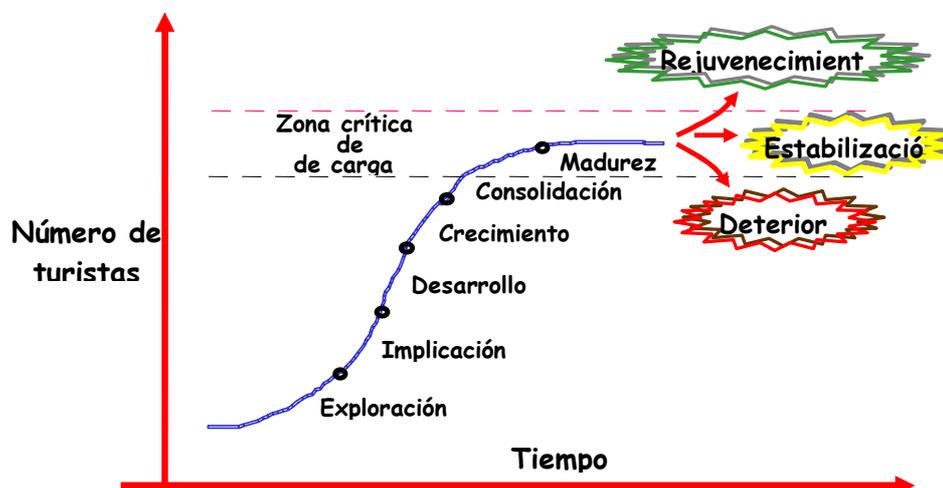
A= bajo B= medio C= alto

Fuente el Plan estratégico exportador para ecoturismo en el Lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

4. PLAN LOGÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS E INFORMÁTICAS QUE LOGREN LA ARTICULACIÓN DE LA CADENA DE ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ DEPARTAMENTO DE NARIÑO

4.1 CONTEXTUALIZACIÓN

Figura 3. Ciclo de vida de un destino turístico



Fuente: OMT

Partiendo del ciclo de vida en la que se encuentra el Lago Guamuez; para el desarrollo del ecoturismo este se encuentra en la etapa de implicación, lo que significa que aunque se haya identificado como potencial desarrollo, no ha establecido sus ventajas competitivas para el mercado.

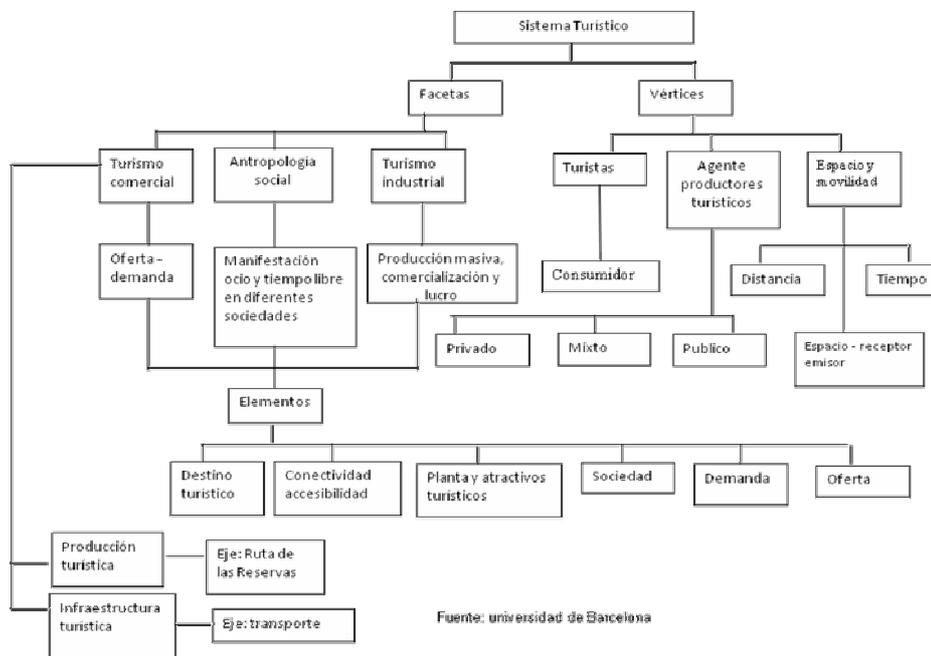
Dentro del desarrollo de las ventajas competitivas, se encuentra el sistema logístico, lo que permitirá al destino responder en tiempo real a las necesidades de sus demandantes, esto implica la conexión de diversos sectores productivos en busca de un solo fin, prestar un servicio turístico de calidad.

Por lo anterior la propuesta logística para el desarrollo de ecoturismo en el Lago Guamuez se desarrolla analizando el esquema de prestación de servicio ecoturístico; figura 4, donde las vértices nos permiten identificar las conexiones entre elementos públicos y privados con respecto a los agente productores turísticos, para el caso del Lago Guamuéz el elemento líder son los Hoteles,

principalmente los que pertenecen a la cadena COTELCO, capítulo Nariño, sin desmeritar la presencia de otros hoteles de la ciudad de San Juan de Pasto y de la localidad del Encano.

De la misma manera las facetas nos permiten identificar los elementos de turismo comercial, en producción turística e infraestructura, para el desarrollo de la propuesta logística se tomaran los elementos determinantes del proceso, en este caso las reservas privadas y el santuario de flora y fauna Isla la Corota, y sus equipamientos e instalaciones.

Figura 4. Esquema de prestación de servicio ecoturístico.

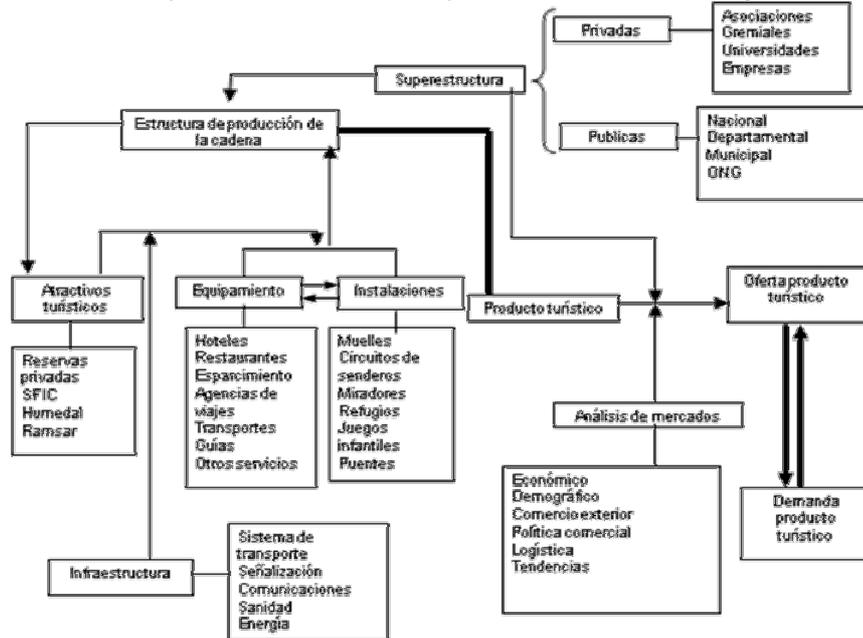


Así, la propuesta se centra en el diseño de un software, que permita el constante monitoreo de la ubicación de los turistas y al mismo tiempo sea un sistema de trazabilidad en la realización de los hechos y/o actividades, de las cuales son responsables cada uno de los actores de la cadena.

Quien inicia la alimentación del sistema es aquel actor, que tenga el primer contacto con los visitantes; para la cadena es la agencia de viajes, esto no imposibilita a los demás actores de servir de oferentes en la cadena de contacto con los posibles demandantes del servicio, posteriormente se dispararan las

necesidades de servicio específico y aquel que esté con la capacidad responderá, es como un lista de respuestas, se busca equilibrio para todos los participantes del sistema.

Figura 5. Ciclo de prestación de servicios para ecoturismo en el Lago Guamuéz.



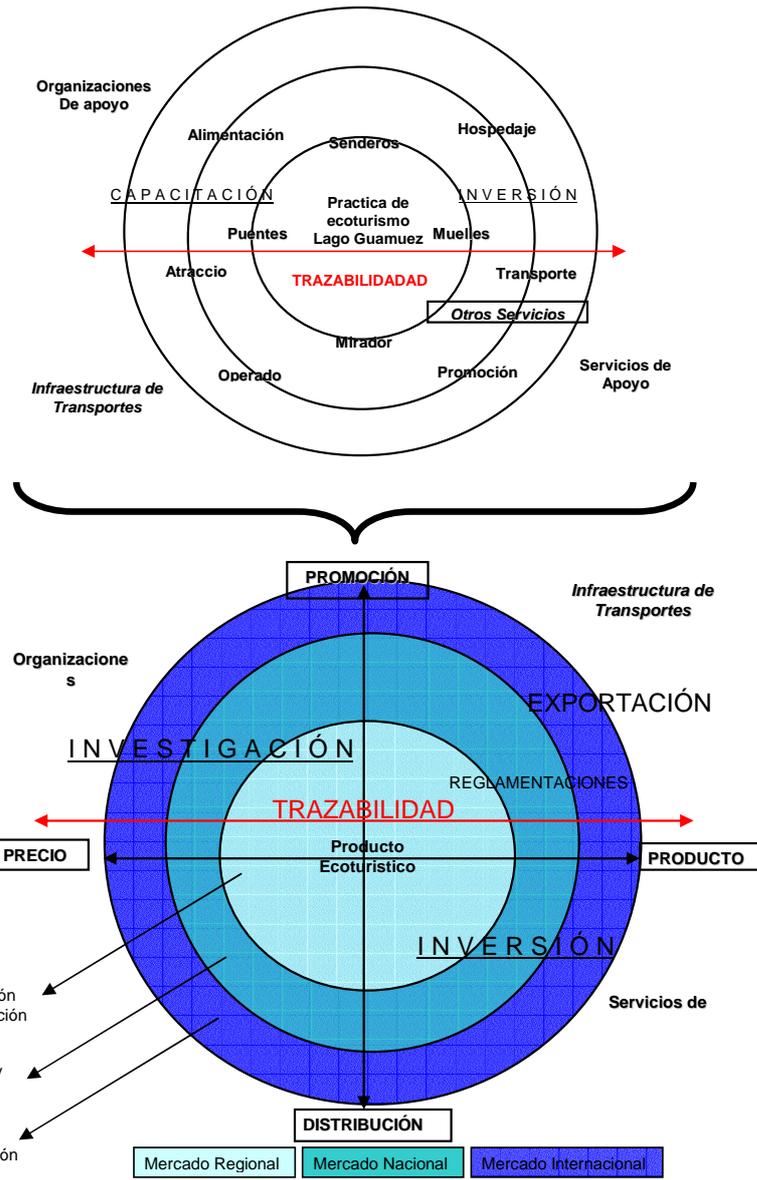
Fuente: Plan estratégico exportador para ecoturismo en el lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

Así, en la figura 5, correspondiente al ciclo de prestación de servicios para ecoturismo en el Lago Guamuéz, se determina la estructura de producción de la cadena, que da como resultado un producto turístico, que unido a la superestructura y a un conocimiento del mercado da una oferta turística; puesto que el elemento que determina la propuesta logística serán los hoteles ya que afectan directamente a la estructura de producción porque son elementos de equipamiento y tiene presencia en el atractivo y fuera de él, y además son un vértice del esquema turístico que influye en el desarrollo económico local, se determinara el efecto que tenga su actuar al interior de toda la cadena, con referencia directa sobre el trabajo que tengan las agencia de viajes, y su desarrollo promocional en función del Lago Guamuéz.

Finalmente el la grafica No figura 6; Clúster de servicios ecoturístico para el Lago Guamuéz, se puede observar la trazabilidad de la cadena, en dos esferas la interna, donde el hospedaje se encuentra, dando espacio al desarrollo creciente, y una segunda esfera presentando el desarrollo de mercados, son de la fase

interna, la cual es de inversión, cuyo elemento lo puede desarrollar con mayor facilidad el gremio hotelero de la región.

Figura 6. Clúster de servicios ecoturísticos para el Lago Guamuéz.

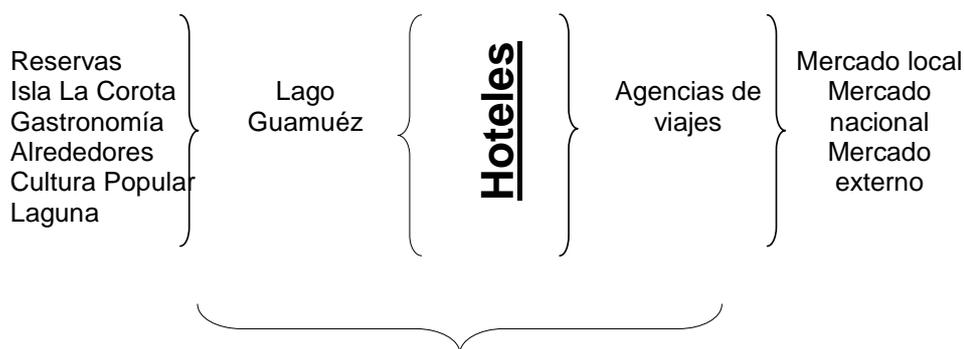


Fuente: Plan estratégico exportador para ecoturismo en el lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PLAN LOGÍSTICO

PROPUESTA LOGÍSTICA: El esquema logístico se desarrollará de la siguiente manera:

Elementos misionales



Elementos de apoyo: Transportes - Guías turísticos

El plan logístico pretende integrar las herramientas tecnológicas e informáticas para lograr la articulación de los eslabones de la cadena de ecoturismo para el lago Guamuéz departamento de Nariño, quien liderara el esquema es el sector hotelero, todo en busca de implementar la trazabilidad del servicio turístico.

El plan logístico lograra disminuir los tiempos muertos en la prestación de cada uno de los servicios integradores de la cadena, con un sistema de seguimiento de acción al turista, con lo cual se lograra anteponerse a la actividad siguiente en la prestación del servicio, como se puede mirar en siguiente esquema

1. Oferta turística : todos los eslabones
2. Contacto con el primer eslabón a la llegada : Agencias de viajes
3. Traslado hasta el alojamiento: transporte terrestre
4. Alojamiento: Hoteles
5. Preparación de itinerarios: Guías turísticos.
6. Desplazamiento hasta el Encano: transporte terrestre
7. Visita a destino elegido: transporte fluvial
8. Alimentación: Restaurantes
9. Esparcimiento: Guías turísticos
10. Regreso: Guías y transporte
11. Alojamiento: hoteles
12. Salida de la ciudad: agencias de viajes.

Cada una de estas etapas estarán integras a un sistema informático, que permitirá a cada eslabón con anticipación prepararse para el momento de verdad con el turista, de igual manera permitirá determinar los requerimientos de materiales que se deben disponer para prestar el servicio.

De igual manera el sistema permitirá al turista registrar sus apreciaciones respecto del servicio de turismo integral y no por eslabón, lo que se convertirá en insumo de entrada para proceso de mejoras al clúster de turismo

Cada eslabón deberá diseñar todos los filtros que requiera para su proceso, y la conexión a sus puntos de control de inventarios, talento humano, y servicios realmente ejecutados.

El presente sistema informático puede hacer soporte a sistema de MRP, CRM, EDI, de cada uno de los eslabones de la cadena.

4.3 ESQUEMA DE PROCESOS

1. Agencias de viajes
2. Transporte desde el arribo al alojamiento
3. Alojamiento
4. Transporte al Encano
5. Transporte fluvial
6. Guías turísticos
7. Recorridos
8. Alimentación
9. Regreso

Cada uno de los eslabones ingresara su actividad de entrada, que significara la tomo del turista en su sistema de servucción, y registrara su salida, que se convertirá automáticamente en la entrada de siguiente eslabón, así, cuando el turista este entre el alojamiento y el encano, la guianza turística sabrá que se dirigen hacia el lugar y se prepara para recibirlos.

4.4 PLAN DE ACCIÓN

Para la implementación de la propuesta a través del desarrollo de la plataforma logística, se hace necesario estructurar un plan de acción que permita generar actividades puntuales, con resultados específicos tendientes a medir la evolución del procesos y encadenamiento exitoso de los actores de la cadena en la búsqueda del cumplimiento del objetivo general del plan logístico; todo encaminado al mejoramiento del accionar de los elementos partes como elemento indispensable en el avance competitivo de los servicios que alrededor del ecoturismo ofrece el Lago Guamuéz.

ACTIVIDADES	OBJETIVO	RESPONSABLES	RECURSOS	RESULTADOS
<p>Presentación del PLAN LOGÍSTICO a desarrollar :</p> <ul style="list-style-type: none"> - instituciones públicas y privadas. - Entidades financieras y de apoyo al sector servicios. organizaciones Empresariales cooperativas del sector rural. 	<p>Generar un espacio de encuentro de estos sectores, buscando el aval para la consecución de recursos financieros, y logísticos que permitan avanzar hacia la implementación del plan logístico propuesto.</p>	<p>Proponentes del plan logístico</p>	<p>\$600.000</p>	<p>Acuerdo de voluntades de entidades comprometidas con el proceso de aval y financiamiento para la fase inicial de acercamiento con los actores y desarrollo del plan logístico.</p>
<p>Presentación del PLAN LOGÍSTICO a desarrollar a los diferentes actores de LOS ESLABONES DE LA CADENA DE ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ, e (en sitio)</p>	<p>Propender por el desarrollo de un acuerdo de voluntades en donde los participantes de la cadena generen compromisos frente al proceso a iniciarse y apoyo financiero para la ejecución completa del proceso.</p>	<p>Proponentes del plan logístico y entidades como la gobernación de Nariño, alcaldía de Pasto y entidades partes del aval al proceso</p>	<p>\$1.000.000</p>	<p>Acuerdo de voluntades que involucren a los actores directos de los diferentes eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez; para participar activamente en los diferentes procesos y acciones requeridas para la implementación del plan logístico.</p>

Proceso de capacitación y Fortalecimiento Empresarial para el Encadenamiento Productivo entorno al ecoturismo a los diferentes actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez.	Fortalecer el proceso administrativo y comercial de los diferentes actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez.	Proponentes del plan logístico y fundaciones acreditadas y comprometidas con el proceso, (como ejecutores de esta fase) fundación Netxus de Colombia, Fundación Red Andina.	\$5.000.0000	Actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez con formación y conocimiento básicos e implementados en administración y comercialización de servicios.
Proceso de capacitación en el manejo de las técnicas de comunicación e información en la prestación de servicios. A los diferentes actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez.	Difusión e implementación de los procesos administrativo y comercial mediante la aplicación de las técnicas de comunicación e información	Proponentes del plan logístico y fundaciones acreditadas y comprometidas con el proceso, ,(como ejecutores de esta fase) fundación Netxus de Colombia, Fundación Red Andina	\$5.000.000	Actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez con formación y conocimiento básicos e implementados en administración y comercialización de servicios de las técnicas de comunicación y de información.
Proceso de capacitación e implementación del software en el plan logístico para la prestación de servicios eco turísticos a los	Implementación de los procesos administrativo y comercial mediante la aplicación del software en el plan logístico propuesto.	Proponentes del plan logístico y fundaciones acreditadas y comprometidas con el proceso, entidades de comunicación, fundación Netxus de Colombia, Fundación	\$12.125.000	Diferentes procesos de prueba en la aplicación del software en el marco de la implementación del plan logístico general.

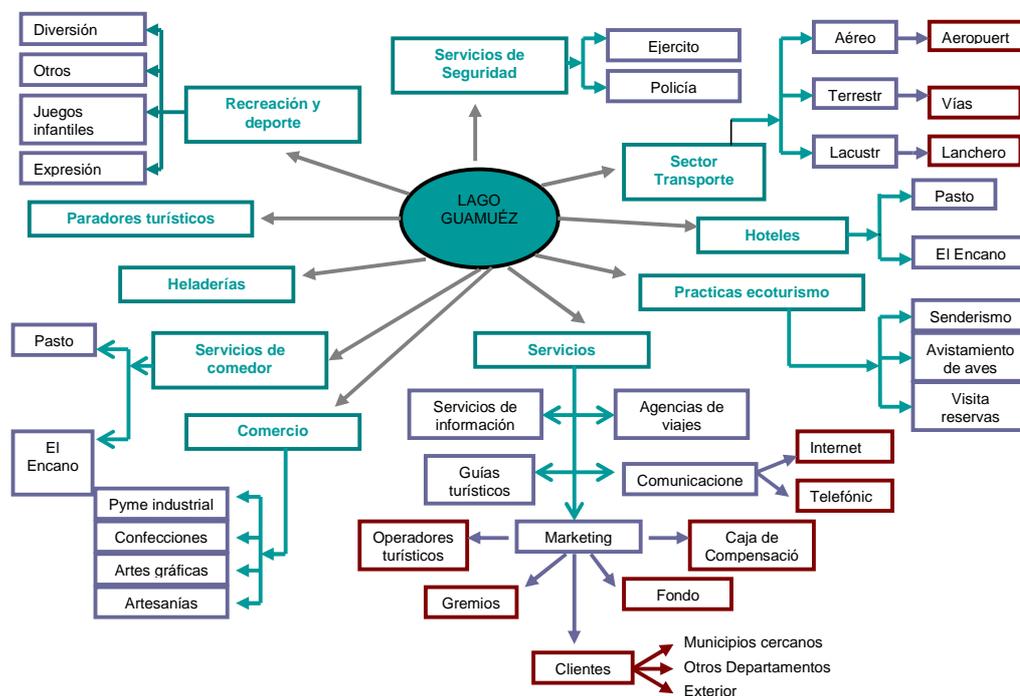
diferentes actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez		Red Andina,(como ejecutores de esta fase)		
Proceso de seguimiento al manejo y operación del software en el momento de la gestión del servicio eco turístico.	Evidenciar la eficiencia en la prestación de servicios eco turísticos del Lago Guamuez por parte de los actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo.	Proponentes del plan logístico y fundaciones acreditadas y comprometidas con el proceso, fundación Netxus de Colombia, Fundación Red Andina,(como ejecutores de esta fase)	\$3.000.000	Mejoramiento de la competitividad en el sector turismo mediante la maximización de la prestación del servicio eco turístico en el Lago Guamuez.
Proceso de capacitación e implementación del software en el plan logístico para la prestación de servicios eco turísticos a los diferentes actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo en el Lago Guamuez	Implementación de los procesos administrativo y comercial mediante la aplicación del software en el plan logístico propuesto.	Proponentes del plan logístico y fundaciones acreditadas y comprometidas con el proceso, entidades de comunicación, fundación Netxus de Colombia, Fundación Red Andina,(como ejecutores de esta fase)	\$12.125.000	Diferentes procesos de prueba en la aplicación del software en el marco de la implementación del plan logístico general.
Proceso de seguimiento al manejo y operación del software en el momento de la gestión del servicio	Evidenciar la eficiencia en la prestación de servicios eco turísticos del Lago Guamuez por parte	Proponentes del plan logístico y fundaciones acreditadas y comprometidas con el proceso, fundación Netxus de Colombia,	\$3.000.000	Mejoramiento de la competitividad en el sector turismo mediante la maximización de la prestación del servicio

eco turístico.	de los actores de los eslabones de la cadena de ecoturismo.	Fundación Red Andina,(como ejecutores de esta fase)		eco turístico en el Lago Guamuez.
ACTIVIDAD PARALELA presentación PLAN LOGÍSTICO a entidades de apoyo financiero y entidades de convocatoria de apoyo al turismo como fondo nacional del turismo, líneas de crédito empresarial Bancoldex, etc.	Lograr la con financiación y / o financiación, de la totalidad del costo del proyecto para la implementación del plan logístico.	Proponentes del plan logístico	\$5.00.000	Plan logístico financiado o cofinanciado, colocado en ejecución e implementación.
TOTALES			\$27.225.000	

5. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA APLICACIÓN DEL PLAN DE LOGÍSTICA

Para la evaluación de los costos del proyecto partimos de la generación de valor, que se puede observar en la figura No 7.

Figura 7. Generación de valor en la cadena de ecoturismo para el Lago Guamuéz



Fuente: Plan estratégico exportador para ecoturismo en el lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

En Este flujo podemos analizar todos los intervinientes de la cadena del ecoturismo para el Lago Guamuéz, se analizarán los costos por cada uno de los servicios que se prestan y los resultados se presentarán en las siguientes tablas cuya fuente es este trabajo.

La información financiera que se describe a continuación es para analizar el caso en el que los diferentes actores de la cadena (hoteles, restaurantes, transportes, guías) no estuvieran desarrollados ni involucrados en todo el proceso turístico. Para el siguiente análisis se toman en cuenta los costos por cada servicio que se presta, para posteriormente proyectarlos y así determinar cuál sería la inversión total del proyecto sin estos participantes.

Es de esta manera, que sin los actores de la cadena (hoteles, restaurantes, transportes, guías) el valor total del proyecto es de \$22.225.000 más \$5.000.000 de recursos propios, dicho valor es resultado del análisis en un escenario homologado con financiación

5.1 COSTOS POR PERSONA

Tabla 5. Transporte aeropuerto - hotel ciudad de Pasto

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Transporte taxi expreso	35.000		3
Transporte taxi colectivo	7.000		3
Total horas			6
Total costo variable	42.000		
Total costo fijo		8.297	
Costo total servicio			50.297
Costo hora	7.000	1.383	8.383

Tabla 6. Alojamiento hotel una persona

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Habitación sencilla	140.182		
Almuerzo	14.000		
Desayuno	7.500		
Platos a la Carta	30.000		
Total horas			24
Total costo variable	191.682		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			\$ 224.871
Costo hora	7.987	1.383	9.370

Tabla 7 Transporte hotel ciudad de Pasto- población del Encano

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Transporte por pasajero	4.000		1
Transporte Carrera	20.000		1
Total horas			2
Total costo variable	24.000		
Total costo fijo		2.766	
Costo total servicio	12.000	1.383	26.766
Costo hora			13.383

Tabla 8. Transporte muelle-isla de la Corota y reservas

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Transporte Lacustre (Lancha)	12.000		1
Total horas			1
Total costo variable	12.000		
Total costo fijo		1.383	
Costo total servicio			13.383

Tabla 9. Recorrido la Corota y reservas

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Servicio de Guianza	30.000		
Total horas			2
Total costo variable	30.000		
Total costo fijo		2.766	32.766
Costo total servicio	15.000	1.383	16.383

Total costo servicios: \$ 348.082

Total horas en la prestación de todos los servicios: 35

Tabla 10. Alojamiento población el Encano costo habitación sencilla

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Habitación Sencilla	100.000		
Adicional	20.000		
Adicional Niño	30.000		
Total horas			24
Total costo variable	150.000		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			183.189

Tabla 11. Alojamiento población el Encano costo habitación doble

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Doble	120.000		
Adicional	20.000		
Adicional Niño	30.000		
Total horas			24
Total costo variable	170.000		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			203.189

Tabla 12. Alojamiento población el Encano costo suite

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Suite (2 Personas)	150.000		
Adicional	20.000		
Adicional Niño	30.000		
Total horas			24
Total costo variable	200.000		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			233.189

Tabla 13. Alojamiento población el Encano costo alquiler cabaña familiar

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Cabaña Familiar (5-6 Personas)	280.000		
Adicional	20.000		
Adicional Niño	30.000		
Total horas			24
Total costo variable	330.000		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			\$ 363.189

Utilidad hoteles: 20%

Utilidad restaurantes: 25%

Utilidad de transportes: 15%

5.2 COSTOS POR GRUPOS

Tabla 14. Transporte hotel ciudad de Pasto- Lago Guamuéz

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Alquiler de transporte y desplazamiento por grupos 15 personas	150.000		
Total horas			24
Total costo variable	150.000		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			183.189
Costo por hora	6.250	1.383	7.633

Tabla 15. Alojamiento hotel ciudad de Pasto. Grupos 4 personas

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO -HORAS
Doble: Alojamiento por persona, IVA, seguro Hotelero	48.908		
Doble: Alojamiento por persona, desayuno y una comida, IVA, seguro hotelero	69.258		
Doble: Alojamiento por persona, desayuno, almuerzo y cena, IVA, seguro hotelero	82.458		
Triple-Cuádruple: Alojamiento por persona, IVA, seguro hotelero	38.500		
Triple-Cuádruple: Alojamiento por persona, desayuno, almuerzo y cena, IVA, seguro hotelero	45.650		
Total horas			24
Total costo variable	235.866		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			269.055
Costo por hora	9.828	1.383	11.211

Tabla 16 EL Encano-recorrido la Corota grupo 15 personas

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO -HORAS
VALOR TOTAL DEL RECORRIDO INCLUYE:	727.500		
Transporte en lancha El Puerto – Reserva Encanto Andino – Isla La Corota – El Puerto.			
Visita a la Reserva Encanto Andino			
2 Refrigerios en la reserva			
Ingreso y recorrido por los senderos de la reserva			
Almuerzo en la reserva plato típico (trucha arco iris o sancocho con gallina criolla)			
Paseo en lancha por la laguna			
Ingreso al Santuario de flora isla la Corota, Visita a la gruta de la Virgen de Lourdes y recorrido por el sendero ecológico			

Servicio de guía profesional, logística y primeros auxilios.			
Total horas			24
Total costo variable	727.500		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			760.689
Costo por hora	30.313	1.383	31.695

Tabla 17 .Habitación sencilla

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Sencilla	72.000		
Adicional	30.000		
Adicional Niño	20.000		
Total horas			24
Total costo variable	122.000		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			155.189
Costo por hora	5.083	1.383	6.466

Tabla 18. Habitación doble

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Doble	100.000		
Adicional	30.000		
Adicional Niño	20.000		
Total horas			24
Total costo variable	155.083		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			188.272
Costo por hora	6.462	1.383	7.845

Tabla 19. Acomodación triple

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Triple	150.000		
Adicional	30.000		
Adicional Niño	20.000		
Total horas			24
Total costo variable	206.462		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			239.651
Costo por hora	8.603		9.985

Tabla 20. Suite

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Suite (2 Personas)	150.000		
Adicional	30.000		
Adicional Niño	20.000		
Total horas			24
Total costo variable	208.603		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			241.791
Costo por hora	8.692		10.075

Tabla 21. Cabaña familiar

ITEM	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	TIEMPO-HORAS
Cabaña Familiar (5-6 Personas)	200.000		
Adicional	30.000		
Adicional Niño	20.000		
Total horas			24
Total costo variable	258.692		
Total costo fijo		33.189	
Costo total servicio			291.881
Costo hora	10.779		12.162

Los valores anteriores incluyen IVA y Seguro Hotelero, los costos totales por grupos \$2.329.716,437

5.3 COSTOS PLATAFORMA LOGÍSTICA. PLAN DE PRESUPUESTO MAESTRO.

Establecimiento de la plataforma logística, esta va a ser manejada en cada una de las instalaciones de los diferentes actores (hoteles, restaurantes, transportes y guías) pero será administrada por los hoteles, con este mecanismo se logrará contar con un proceso organizado para informar, orientar y ubicar a los turistas en el sitio (Lago Guamuéz). Esta plataforma estará siendo alimentada por información de manera constante, para mantener actualizada la información.

5.3.1 Costos del montaje y administración de la plataforma logística.

Tabla 22. Costos fijos

ITEM	CANTIDAD	COSTOS FIJOS	TIEMPO (HORAS)
Diseño software de la plataforma logística	1	3.500.000	
Línea telefónica	1	150.000	
Energía eléctrica		70.000	
Agua		70.000	
Administración		3.600.000	
Equipo de computo personales	3	4.500.000	
Fax	1	60.000	
Aparato telefónico	1	30.000	
Consumo mensual telefónico		25.000	
Suscripción a internet		70.000	
Consumo mensual internet		50.000	
Totales		12.125.000	8.768

Tabla 23. Gastos administrativos

Arrendamiento 260.000 mes	3.120.000	
Papelería	1.200.000	
Total	4.320.000	
Costo admón. por servicio año		332.308
Costo admón. por servicio mes		27.692
Costo admón. Día		923
Costo admón. Hora		38

Costo fijo hora por servicio \$1.383.

5.3.2 Participación de costos de cada servicio en porcentaje por persona y por grupos.

Tabla 24. Servicios por persona y grupo

TOTAL COSTO PERSONA	\$ 1.330.838	100%		
TOTAL COSTO POR GRUPO			2.329.716	100%
Servicio 1	50.297	4%	183.189	8%
Servicio 2	224.871	17%	269.055	12%
Servicio 3	26.766	2%	760.689	33%
Servicio 4	13.383	1%	155.189	7%
Servicio 5	32.766	2%	188.272	8%
Servicio 6			239651	10%
Servicio 7			239651	10%

5.3.3 Gastos de ventas por servicios.

Tabla 25. gastos ventas unitarias – grupo

SERVICIO	GASTOS V X SS HORA. UNITARIAS	GASTOS V X SS HORA. GRUPO
Servicio 1	8.383	7.633
Servicio 2	9.370	11.211
Servicio 3	13.383	31.695
Servicio 4	13.383	6.466
Servicio 5	16.383	7.845
Servicio 6	16.383	10.075
Servicio 7	16.383	10.075
Servicio 8	16.383	12.162
Servicio 9	16.383	7.633

5.3.4 Gastos administrativos por servicios.

Tabla 26. Gastos administrativos de servicio por persona – grupo

SERVICIO	HORAS		COSTO ADM HORA		GASTOS VENTA X SS HORA	
	PERSONA	GRUPO	PERSONA	GRUPO	PERSONA	GRUPO
Servicio 1	6	24	38	38	228	912
Servicio 2	24	24	38	38	912	912
Servicio 3	2	24	38	38	76	912
Servicio 4	1	24	38	38	38	912
Servicio 5	2	24	38	38	76	912
Servicio 6	24	24	38	38	912	912
Servicio 7	24	24	38	38	912	912
Servicio 8	24	24	38	38	912	912
Servicio 9	24		38		912	7.296
					4.978	

5.3.5 Gastos de ventas al año.

	FIJO
Estrategias de Comunicación.	2.000.000
Estrategias de Lanzamiento.	2.000.000
Relaciones Públicas.	1.000.000
Publicidad.	1.000.000
Promoción.	2.000.000
Total Gastos de Ventas.	8.000.000
Promedio (8.000.000/13)	615.385
Mes	51.282
Día	1.709,40
Hora	71

Tabla 27. Gastos de ventas unitario por servicio persona – Grupo

SERVICIO	HORAS		COSTO ADM MES		GASTOS VENTA X SS HORA	
	PERSONA	GRUPO	PERSONA	GRUPO	PERSONA	GRUPO
Servicio 1	6	24	71	71	427	1.709
Servicio 2	24	24	71	71		1.704
Servicio 3	2	24	71	71	142	1.704
Servicio 4	1	24	71	71	71	1.704
Servicio 5	2	24	71	71	142	1.704
Servicio 6	24	24	71	71	1.704	1.704
Servicio 7	24	24	71	71	1.704	1.704
Servicio 8	24	24	71	71	1.704	1.704
Servicio 9	24		71		1.704	

5.3.6 Presupuesto mano de obra directa.

Tabla 28. Servicios promedio mensuales y anuales.

SERVICIOS	MES	AÑO 2008
Visitantes Nacionales	2.112	25.343
Visitantes Extranjeros	49	586
Horas Mano de Obra en la Prestación de Servicios	73.920	887.005
Costo de Mano de Obra Directa 1	2400.000	28.800.000
Visitantes Nacionales 2 año	4.224	50.686
Visitantes Extranjeros 2 año	98	1.172
Horas de Mano de Obra en la Prestación de Servicios 2 año	147.834	1.774.010
Costo de Mano de Obra Directa 2	2.422.466	29.069.597

Inflación 2008: 0.09361

Costo mano de obra directa hora: 3.333.

5.3.7 Gastos mano de obra.

Tabla 29. Gastos de mano de obra directa por persona – grupo

SERVICIO	HORAS		COSTO MANO DE OBRA		COSTO MANO DE OBRA X SS HORA	
	PERSONA	GRUPO	PERSONA	GRUPO	PERSONA	GRUPO
Servicio 1	6	24	3.333	3.333	19.998	79.992
Servicio 2	24	24	3.333	3.333	79.992	79.992
Servicio 3	2	24	3.333	3.333	6.666	79.992
Servicio 4	1	24	3.333	3.333	3.333	79.992
Servicio 5	2	24	3.333	3.333	6.666	79.992
Servicio 6	24	24	3.333	3.333	79.992	79.992
Servicio 7	24	24	3.333	3.333	79.992	79.992
Servicio 8	24	24	3.333	3.333	79.992	79.992
Servicio 9	24		3.333		79.992	

5.3.8 Costo total por servicio.

Tabla 30. Costo total unitario por servicio

Servicio	Pcc.	Mano de Obra			Gastos de Ventas		Gastos de Admón.	
		Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variab	Costo Fijo
1	1.383	7.000		19.998	427		228	
2	1.383	7.987		79.992	1.704		912	
3	1.383	12.000		6.666	142		76	
4	1.383	12.000		3.333	71		38	
5	1.383	15.000		6.666	142		76	
6	1.383	6.250		79.992	1.704		912	
7	1.383	7.083		79.992	1.704		912	
8	1.383	8.333		79.992	1.704		912	
9	1.383	13.750		79.992	1.704		912	
Totales				436.623				

Costo Fijo	Costo Variable	Servicio	Costo Total Fijo	Costo Total Variable	Costo Total
2.038	26.998	486	990.405	13.121.028	14.111.433
3.999	87.979	486	1.943.451	42.757.673	44.701.123
1.601	18.666	486	778.023	9.071.676	9.849.699
1.492	15.333	486	725.049	7.451.838	8.176.887
1.601	21.666	486	778.023	10.529.676	11.307.699
3.999	86.242	486	1.943.451	41.913.612	43.857.063
3.999	87.075	486	1.943.451	42.318.612	44.262.063
3.999	88.325	486	1.943.451	42.926.112	44.869.563
3.999	93.742	486	1.943.451	45.558.612	47.502.063
			12.988.751		268.637.590

Tabla 31. Costos total unitario por grupos

Servicio	Producción		Mano de obra		Gastos de Ventas		Gastos de Admón.	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
1	1.383	6.250		79.992	1.709		912	
2	1.383	9.828		79.992	1.704		912	
3	1.383	30.313		79.992	1.704		912	
4	1.383	5.083		79.992	1.704		912	
5	1.383	6.462		79.992	1.704		912	
6	1.383	8.603		79.992	1.704		912	
7	1.383	8.692		79.992	1.704		912	
8	1.383	10.779		79.992	1.704		912	
				639.936				
TOTAL COSTO AÑO				1.076.559				

Costo Fijo	Costo Variable	Servicios	Costo Total Fijo	Costo Total Variable	Costo Total
4.004	86.242	14	56.054	1.207.388	1.263.442

3.999	89.820	14	55.984	1.257.477	1.313.461
3.999	110.305	14	55.984	1.544.263	1.600.247
3.999	85.075	14	55.984	1.191.055	1.247.039
3.999	86.454	14	55.984	1.210.353	1.266.337
3.999	88.595	14	55.984	1.240.324	1.296.308
3.999	88.684	14	55.984	1.241.573	1.297.557
3.999	90.771	14	55.984	1.270.792	1.326.776
			0		10.611.167
			447.943		
			13.436.695		279.248.757

Costo del proyecto requerido

223.399.006*

*Como se explicó anteriormente, este costo se lo logra teniendo en cuenta que no se contara con la participación de los diferentes actores de la cadena turística (hoteles, restaurante, transporte, guías).

Tabla 32. Número de servicios por visitantes.

	AÑO	MES	%
Visitantes nacionales que estuvieron en la laguna en el 2008	25.343	2.112	
Visitantes extranjeros que estuvieron en la laguna en el 2008	586	49	
Total visitantes	25.929	2.161	
Se piensa captar el 25% del mercado tanto visitantes nacionales como extranjeros			25
Visitantes nacionales que serán tomados por la plataforma en la laguna en el 2008		528	
Visitantes extranjeros que serán tomados por la plataforma en la laguna en el 2008		12	
Total visitantes		540	
Visitantes atendidos por día nacionales		18	
Visitantes extranjeros atendidos por día		0,41	18
Visitantes atendidos por hora extranjeros		1	
Total visitantes		0	
Grupos integrados por un promedio de 4 personas		5	Grupos de 4 personas
El 10% viaja en grupos para turismo		54	Personas

		14	Grupos de 4 personas en el mes
		3	Grupos a la semana
		0,1	Grupos por día
VISITANTES TOTALES INDIVIDUALES		486	Personas

5.4 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación se realizara según lo propuesto en el plan de acción

5.4.1 SIMULACIÓN DE AMORTIZACIÓN¹¹. A continuación se muestra la tabla de amortización para el crédito simulado, a una tasa de interés del 10,45 % e.a.

Tabla 33. Simulación

Cuotas	Abono a capital	Valor intereses	Valor cuota	Saldo (capital)
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 22.000.000,00
1	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
2	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
3	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
4	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
5	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
6	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
7	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
8	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
9	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
10	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
11	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
12	\$ 0,00	\$ 176.270,89	\$ 176.270,89	\$ 22.000.000,00
13	\$ 458.333,33	\$ 176.270,89	\$ 634.604,23	\$ 21.541.666,67
14	\$ 458.333,33	\$ 172.598,58	\$ 630.931,92	\$ 21.083.333,33
15	\$ 458.333,33	\$ 168.926,27	\$ 627.259,61	\$ 20.625.000,00
16	\$ 458.333,33	\$ 165.253,96	\$ 623.587,30	\$ 20.166.666,67

¹¹ BANCOLDEX, 2009

17	\$ 458.333,33	\$ 161.581,65	\$ 619.914,99	\$ 19.708.333,33
18	\$ 458.333,33	\$ 157.909,34	\$ 616.242,67	\$ 19.250.000,00
19	\$ 458.333,33	\$ 154.237,03	\$ 612.570,36	\$ 18.791.666,67
20	\$ 458.333,33	\$ 150.564,72	\$ 608.898,05	\$ 18.333.333,33
21	\$ 458.333,33	\$ 146.892,41	\$ 605.225,74	\$ 17.875.000,00
22	\$ 458.333,33	\$ 143.220,10	\$ 601.553,43	\$ 17.416.666,67
23	\$ 458.333,33	\$ 139.547,79	\$ 597.881,12	\$ 16.958.333,33
24	\$ 458.333,33	\$ 135.875,48	\$ 594.208,81	\$ 16.500.000,00
25	\$ 458.333,33	\$ 132.203,17	\$ 590.536,50	\$ 16.041.666,67
26	\$ 458.333,33	\$ 128.530,86	\$ 586.864,19	\$ 15.583.333,33
27	\$ 458.333,33	\$ 124.858,55	\$ 583.191,88	\$ 15.125.000,00
28	\$ 458.333,33	\$ 121.186,24	\$ 579.519,57	\$ 14.666.666,67
29	\$ 458.333,33	\$ 117.513,93	\$ 575.847,26	\$ 14.208.333,33
30	\$ 458.333,33	\$ 113.841,62	\$ 572.174,95	\$ 13.750.000,00
31	\$ 458.333,33	\$ 110.169,31	\$ 568.502,64	\$ 13.291.666,67
32	\$ 458.333,33	\$ 106.497,00	\$ 564.830,33	\$ 12.833.333,33
33	\$ 458.333,33	\$ 102.824,69	\$ 561.158,02	\$ 12.375.000,00
34	\$ 458.333,33	\$ 99.152,38	\$ 557.485,71	\$ 11.916.666,67
35	\$ 458.333,33	\$ 95.480,07	\$ 553.813,40	\$ 11.458.333,33
36	\$ 458.333,33	\$ 91.807,76	\$ 550.141,09	\$ 11.000.000,00
37	\$ 458.333,33	\$ 88.135,45	\$ 546.468,78	\$ 10.541.666,67
38	\$ 458.333,33	\$ 84.463,14	\$ 542.796,47	\$ 10.083.333,33
39	\$ 458.333,33	\$ 80.790,83	\$ 539.124,16	\$ 9.625.000,00
40	\$ 458.333,33	\$ 77.118,52	\$ 535.451,85	\$ 9.166.666,67
41	\$ 458.333,33	\$ 73.446,21	\$ 531.779,54	\$ 8.708.333,33
42	\$ 458.333,33	\$ 69.773,90	\$ 528.107,23	\$ 8.250.000,00
43	\$ 458.333,33	\$ 66.101,58	\$ 524.434,92	\$ 7.791.666,67
44	\$ 458.333,33	\$ 62.429,27	\$ 520.762,61	\$ 7.333.333,33
45	\$ 458.333,33	\$ 58.756,96	\$ 517.090,30	\$ 6.875.000,00
46	\$ 458.333,33	\$ 55.084,65	\$ 513.417,99	\$ 6.416.666,67
47	\$ 458.333,33	\$ 51.412,34	\$ 509.745,68	\$ 5.958.333,33
48	\$ 458.333,33	\$ 47.740,03	\$ 506.073,37	\$ 5.500.000,00
49	\$ 458.333,33	\$ 44.067,72	\$ 502.401,06	\$ 5.041.666,67
50	\$ 458.333,33	\$ 40.395,41	\$ 498.728,75	\$ 4.583.333,33
51	\$ 458.333,33	\$ 36.723,10	\$ 495.056,44	\$ 4.125.000,00
52	\$ 458.333,33	\$ 33.050,79	\$ 491.384,13	\$ 3.666.666,67
53	\$ 458.333,33	\$ 29.378,48	\$ 487.711,82	\$ 3.208.333,33
54	\$ 458.333,33	\$ 25.706,17	\$ 484.039,51	\$ 2.750.000,00
55	\$ 458.333,33	\$ 22.033,86	\$ 480.367,19	\$ 2.291.666,67
56	\$ 458.333,33	\$ 18.361,55	\$ 476.694,88	\$ 1.833.333,33

57	\$ 458.333,33	\$ 14.689,24	\$ 473.022,57	\$ 1.375.000,00
58	\$ 458.333,33	\$ 11.016,93	\$ 469.350,26	\$ 916.666,67
59	\$ 458.333,33	\$ 7.344,62	\$ 465.677,95	\$ 458.333,33
60	\$ 458.333,33	\$ 3.672,31	\$ 462.005,64	\$ 0,00
TOTAL	\$ 22.000.000,00	\$ 6.433.887,59	\$ 28.433.887,59	

A continuación se muestra la tabla de amortización para el crédito simulado, a una tasa de interés del 10,05 % e.a.

Estos datos fueron calculados de acuerdo al tamaño de empresa (Microempresa), la necesidad del crédito (Capital de trabajo), el intermediario financiero (Banco), el plazo (60 meses), la moneda (Peso), el monto del crédito (\$22.000.000), la modalidad (Capital de Trabajo Micro y Peq), la periodicidad del capital (Mensual), la periodicidad de los intereses (Mensual) y el periodo de gracia (12 meses).

Tabla 34. Escenario homologado con financiación

*con recursos propios			
ITEMS	INV	AÑO1	AÑO2
YBO		279.248.757	281.482.747
MOD	-	1.076.559	1.085.171
MPD	-	0	0
DE	-	3.150.000	2.205.000
C.F.	-	27.225.000	27.442.800
YNDaTX		275.022.198	278.192.576
TX	0,34	93.507.547,34	94.585.475,68
YNdTX		181.514.651	183.607.100
A.K.		3.150.000	3.175.200
DEP		0	0
GON		0	0
FNEH	-5.000.000	181.514.651	183.607.100
INFL		0,9434	0,8917
FNEC	-5.000.000	171.240.921,5	163.722.450,9
PPA		-10.273.729	-19.884.649

VPNI	\$ 260.599.182
INFLACION	0,08
	8.612,472
	217.800
	25.200

En escenario financiado no se calculará nunca TIR porque se está trabajando con dinero ajeno, el hacerlo supondría inflar la tasa de rentabilidad lo mismo sucedería con la relación beneficio costo, para este escenario se calcula la RRTF (rentabilidad real total con financiación)

RRTF= \$ 271.390.295 nuevo valor patrimonial con financiación

Decisión \$ 277.824.182 MAYOR \$ 260.599.182; la decisión es reinvertir con retención de utilidades del año 2.

Características del crédito: Los recursos propios serán de \$ 5.000.000 millones (\$ 27.225.000 - \$ 5.000.000), se financiará a 5 años por cuotas uniformes anuales

CONCLUSIONES

Si bien es cierto, Nariño ha volcado sus expectativas hacia nuevos sectores productivos, estos aun se encuentran en una etapa temprana, y requieren de grandes proyectos para que su participación en el desarrollo local sea importante y sostenible, el turismo en Nariño tiene grandes debilidades una de ellas es la desarticulación de los actores participantes en los diferentes destinos a explotar.

Las nuevas tecnologías han obligado a que todos los sectores productivos den una vuelta a su sistema, sin embargo, sectores tan dinámicos como el turismo requieren de integración de muchos nodos de ingreso y salida, para que el servicio sea un éxito, la implementación de esas herramientas en la cadena de ecoturismo que se desarrolla en el Lago Guamuéz es de vital importancia al momento de definir y hablar de un sistema de logística integral

La propuesta logística permitirá desarrollar una verdadera interrelación con todos y cada uno de los actores del proceso turístico, mejorando la comunicación entre dichos actores, y de esta manera poder responder a tiempo ante cualquier eventualidad; porque habrá mayor control, orden y coordinación en la prestación del servicio lo cual permitirá generar un mejor desarrollo al sector del ecoturismo.

El manejo de la propuesta logística es indispensable, porque además de generar interrelación de los diferentes eslabones, permitirá hacer un mejor manejo de la información, haciendo que esta sea efectiva y en tiempo real, permitiendo determinar que es lo que se tiene, que servicio se va a prestar y como se lo va a prestar, esto permitirá un mejor uso de los recursos y sobre todo hacer mejor uso del tiempo.

El Diseño, desarrollo e implementación de la propuesta logística permite mejorar el proceso de servicios turísticos para el lago Guamuez, permite a nivel económico incrementar ingresos de los diferentes actores que hacen parte de la cadena ya sea a nivel formal como informal, tal es el caso de las organizaciones que alrededor del turismo en este sector han generado su medio de sustento y mejoramiento de su calidad de vida.

El valor a invertir en el proyecto está sustentado en las diversas posibilidades que tiene en sí mismo la implementación de la plataforma logística, es así como se entiende que podemos obtener inversión del sector privado empresarial hotelero en su primer instancia y financiamiento mediante la presentación de la propuestas al sector público y entidades que por su razón de ser, coadyuvan al apalancamiento financiero de este tipo de proyectos y sobre todo del sector turismo.

El proyecto se pretende con una inversión que según la evaluación financiera será recuperable a dos años, tiempo durante el cual la implementación de todo el sistema, se estima se comienza a articular desde todos los participantes incluidos en el proyecto y generar un fortalecimiento en cuanto a la cantidad de turistas atendidos y que se inclinen por el recorrido hacia el Lago Guamuéz y reservas aledañas, De igual manera cualificar los servicios prestados en un mejor ranking de atención.

BIBLIOGRAFÍA

BANCOLDEX. Simulador de crédito y análisis. 2009. Internet http://www.bancoldex.com/simuladores/simulador_credito.aspx

CABEZA R. María A. La Logística en la Actividad Turística, UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 2001, Vol. VII, No. 2 (jul-dic), pp. 257-264 recibido 19-09-01/ arbitrado 1-10-01

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO, Análisis de las cadenas productivas potenciales de los municipios: de Pasto, Túquerres, La Unión y Alto Putumayo e identificación de estrategias para impulsar su participación dentro del crecimiento económico regional. 2006 pag35.

CONGRESO DE COLOMBIA. Ley General de Turismo de 1996. Colombia 1996. 41 Pág.

ESCOLA UNIVERSITARIA FORMATIC BARNA. Una visión sistemática de la logística en las operaciones turísticas 2008-2009, Internet <http://www.slideshare.net/AlvareZval/turismo-operaciones-y-logistica-presentation-673260>

GOBERNACIÓN DE NARIÑO- Oficina de turismo Cartilla. *Emprende Camino – Conoce a Nariño*.2005 Pág. 127

GOBERNACIÓN DE NARIÑO, POT, *Visión Nariño 2030, Sector Turismo 2005*

GOBIERNO COLOMBIANO, LOS HONORABLES CONSTITUYENTES. *Constitución Colombiana*. 1991.

MAULEON TORRES Mikel. *Logística y Costos*. España Díaz de Santos, 2006. 513 Pág.

Con formato: Numeración y viñetas

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL, REPUBLICA DE COLOMBIA. *Política para el desarrollo del ecoturismo*, Colombia 2003. 58 Pág.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. *Estudio de Competitividad del Sector Turístico*. 1995.

----- *Descentralización Turística en Colombia* .2000.

Con formato: Numeración y viñetas

MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL, Embajada real de los Países Bajos, Exención en renta por servicios de ecoturismo, 2004. 155 Pág.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Turismo para un nuevo país, plan sectorial de turismo, 2003.

MUNOZ MACHADO Andrés. Logística y turismo España Díaz de Santos, 2006. 168 Pág.

OBANDO NARVÁEZ Ruth Ximena. ROSERO ÁLVAREZ Doris Fabiola. Plan estratégico exportador para ecoturismo en el Lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

PAZ Luís Eduardo. Guía Turística Y Comercial Multimedia, editorial Alcaldía De Pasto.1997.

Con formato: Numeración y viñetas

PORRAS Germán, Competitividad de viajes y turismo - Foro Económico Mundial, Ministerio De Comercio Industria y Turismo 2002.

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE PARQUES NACIONALES. NATURALES, Santuario De Flora Isla De La Corota Plan De Manejo 2005 – 2009, 2004.

Con formato: Numeración y viñetas

WORLD ECONOMIC FORUM. Los resultados del travel & tourism competitiveness report 2008. Bogotá. 41 Pág.

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA ANÁLISIS PARA DIAGNOSTICAR LA SITUACIÓN ACTUAL PARA EL ECOTURISMO EN EL LAGO GUAMUÉZ.

Objetivo: Recolectar información primaria para elaborar un diagnóstico de servicios ecoturísticos en el Lago Guamuéz y poder compararlo con los resultados planteados en el documento, Plan estratégico exportador para ecoturismo en el lago Guamuéz departamento de Nariño, tesis de grado, universidad de Nariño, programa de Comercio Internacional y Mercadeo 2007.

1. Información General de la Empresa

Nit:	Razón Social:
Gerente General:	
Ciudad:	Dirección
Teléfonos:	Fax:
Website:	E-mail:
Registro de turismo: Si ___ No ___	Año de constitución:

1.1 Información de personas de contacto principal:

Nombre: _____ Cargo: _____
 Nombre: _____ Cargo: _____

1.2 Breve descripción de la empresa (reseña histórica, actividad, marcas, otros):

2. Información comercial y financiera de la empresa (dentro de la cadena turística)

Sector	Calcula Índices Financieros	Indicadores /determinam empresa o externo	Naturaleza de la Empresa	Activos 2006 en millones
Agencias	SI	Líquides Em EX	Régimen común	Menos de \$30M
Transporte	NO	Endeudamiento Em EX	Régimen Simplificado	\$30.1M-\$50M
Hotel		Rentabilidad Em EX	Sociedad	\$50.1M-\$80M
Restaurante			Otro	\$80.1M-\$100M
Otro				Más de \$100M

Em: Empresa Ex: Externo

Información Financiera	Periodo	Manejo De La Información	Uso De La Información
SI	Trimestral	Manual	Análisis de rentabilidad
NO	Semestral	Sistema Propio Contable	Crecimiento de la empresa
	Anual	Tercero	Toma de decisiones
		Otro	Otro

respaldo para créditos	Créditos vigentes	Con quien	Por que	Destino de los créditos
SI	SI	Persona natural	Beneficio / interés	Ampliación
NO	NO	Bancos	Garantía	Adecuaciones
		Otras	Rapidez	Compra de insumos/ materia prima
			otro	Otro

Costos fijos	%	Costos variables	%	Punto de equilibrio

Pago proveedores	No proveedores	Reposición de bienes	Plan de Compras	Insumos/materia primas mayor rotación
Diario	1-5	Mensual	Diario	
Semanal	6-10	Trimestral	Semanal	
Quincenal	11-15	Semestral	Quincenal	
Mensual	15-20	Anual	Mensual	
otro	Mas de 20	Otro	Otro	

Control de calidad Compras	Quien lo realiza	Política de pagos	Sistemas de pagos	Para que servicios
SI	Gerente	SI	Carta de crédito	
NO	Profesional	NO	Prepago	
	Operario		30 días	
	Otro		Otro	

Descuentos/ promociones	De que tipo	Por que motivo	recomendaciones	
SI	Mayor beneficio	Numero Clientes		
NO	Monetario	Convenios		
	Otro	Pago adelantado		
		Otro		

3. Análisis organizacional de la empresa

3.1 Tiene un organigrama, descríballo.

3.2 Cargos que se desempeñan:

Operarios	No	Administrativos	No

3.3 Perfil de los trabajadores: (formación académica, experiencia laboral, trayectoria en la empresa)

Cargo	Formación académica	Experiencia laboral	Trayectoria en la empresa

Valores Corporativos	Cuales	Delega Funciones	Como Delega	Medio de Comunicación
Si	Responsabilidad	Si	Jerarquía	Escrita
No	Cumplimiento	NO	Conocimiento	Oral
	Seriedad		Experiencia	Dos
	Lealtad		Otra	
	Otro			

La comunicación es	Canal	Programas de Capacitación	Cuales/ de que tipo	Programas de motivación
Buena	Directo	Si	Administrativo	Si
Regular	Intermediario	NO	Técnico	No
Mala	Amplia		Operativo	
	Estrecha		Otro	

Cuales	Programas de Selección	Tipo	Requerimientos	Grado de Competitividad
Premios	Si	Propio	Edad	Alto
Reconocimientos	NO	Externo	Educación	Medio
Capacitaciones			Especialización	Bajo
Vacaciones			Otro	
Otro				

4. Análisis del servicio

Portafolio	Atributos	Capacidad	Costo - tarifas

4.1 ¿Como se presta actualmente el servicio?

Actualmente el servicio es	Como cree que podría mejorarlo
Excelente	Mayor capacidad
Bueno	Talento humano
Aceptable	Gestión de Calidad
	Otro

4.2 Infraestructura

Tipo de servicio	Capacidad instalada para prestar el servicio	Mantenimiento	Modernización

Registros de Calidad/ Funcionamiento	Cuales	Grado/Importancia la satisfacción del cliente	Seguimiento del servicio	Como
SI	Legales	Alta	SI	Encuestas
NO	Certificaciones	Media	NO	Lista Chequeo
	Exportación	Baja		Buzón
	Otro			Otra

5. Mercadeo

Destino/ Origen Demanda	Canal de Distribución	Alianzas Estratégicas	Origen de la alianza	Expectativas cliente cumplidas
Regional	Directo	Si	Regional	SI
Nacional	Minorista	NO	Nacional	NO
Internacional	Mayorista		Internacional	
	Otro			

Sistemas de promoción	Cuales	Medición de impacto	Investigación de mercados	Tipo
SI	Relaciones publicas	SI	SI	Regional
NO	Promociones	NO	NO	Nacional
	Publicidad			Internacional
	Venta Personal			

Fortalezas	Debilidades

Anexo B. Formato MINCOMEX

FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS CONVOCATORIA FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo			
I. INFORMACIÓN DE LA ENTIDAD			
Datos Entidad			
Tipo de entidad proponente	(señale con una X)		
Entidad pública / territorial	<input type="checkbox"/>	Gremio	<input type="checkbox"/>
			Aportante de contribución parafiscal
Nombre o Razón Social:			
Nit:			
Fecha de constitución:			
Dirección:			
Teléfonos - Fax:			
Ciudad y Departamento:			
Responsable del proyecto:			
Teléfono móvil:			
E-mail:			
Información Adicional			
Proyectos ejecutados (Indique los proyectos ejecutados en los 3 últimos años)			
Fuente de financiación	Nombre objeto proyecto	Monto	Año ejecución
II. INFORMACIÓN DEL PROYECTO			
Descripción del Proyecto			
Título del Proyecto			
Línea estratégica a la que aplica:	Marque con X	Programa en el que se enmarca el proyecto:	
<input type="checkbox"/> Mejoramiento de la Competitividad Turística.	<input type="checkbox"/>	Programa 1: Adecuación de la oferta turística.	
		<input type="checkbox"/> Estructuración de Proyectos <input type="checkbox"/> Infraestructura. <input type="checkbox"/> Planificación Turística. <input type="checkbox"/> Calidad Turística de Destinos. <input type="checkbox"/> Seguridad Turística. <input type="checkbox"/> Diseño de Productos Turísticos.	
		Programa 2: Formación, capacitación y sensibilización turística.	
		Programa 3: Calidad turística empresarial.	
		Programa 4: Estudios, innovación y desarrollo tecnológico.	
Programa 5: Participación Institucional.			

Objetivo General:	
Objetivos específicos	Resultado / Producto (Describir el resultado o producto que se espera alcanzar con cada uno de los objetivos propuestos, de manera tal que contribuyan al logro del Objetivo General)
1.	
2.	
3.	
4.	
Actividades a desarrollar	
Para cada uno de los objetivos específicos indique las actividades (areas/acciones) esenciales para lograr su alcance.	
Actividades Objetivo específico No. 1	1.1 1.2
Actividades Objetivo específico No. 2	1.1 1.2
Actividades Objetivo específico No. 3	1.1 1.2
Actividades Objetivo específico No. 4	1.1 1.2

CONVOCATORIA FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA										
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo										
Vicerrectorado de Turismo										
PROYECTO										
RESPONSABLE DEL PROYECTO										
CODIGO										
Cronograma del Proyecto										
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	
1.1.										
1.2.										
2.1.										
2.2.										
X.										

Nota: Inserir el número de filas que requieran, de acuerdo a los objetivos y las actividades contempladas en el proyecto

CONVOCATORIA FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo						
Presupuesto del Proyecto (Desagregar los costos del proyecto por cada uno de los objetivos y actividades a ejecutar. Nota: Incluir el número de filas que represente de acuerdo a los objetivos y las actividades contempladas en el proyecto)						
ENTIDAD	Concepto / Requiere	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	RECURSOS DE
						CONTABILIDAD
						En Efectivo
						En Especie
	Objetivo No. 1					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 2					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 3					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 4					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 5					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 6					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 7					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 8					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 9					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 10					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 11					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 12					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 13					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 14					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 15					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 16					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 17					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 18					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 19					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 20					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 21					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 22					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 23					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 24					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 25					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 26					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 27					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 28					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 29					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 30					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 31					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 32					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 33					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 34					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 35					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 36					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 37					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 38					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 39					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 40					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 41					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 42					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 43					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 44					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 45					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 46					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 47					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 48					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 49					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 50					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 51					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 52					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 53					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 54					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 55					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 56					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 57					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 58					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 59					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 60					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 61					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 62					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 63					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 64					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 65					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 66					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 67					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 68					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 69					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 70					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 71					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 72					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 73					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 74					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 75					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 76					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 77					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 78					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 79					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 80					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 81					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 82					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 83					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 84					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 85					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 86					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 87					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 88					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 89					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 90					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 91					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 92					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 93					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 94					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 95					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 96					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 97					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 98					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 99					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 100					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 101					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 102					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 103					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 104					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 105					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 106					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 107					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 108					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 109					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 110					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 111					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 112					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 113					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 114					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 115					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 116					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 117					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 118					
	Subtarea Actividad 2					
	Objetivo No. 119					
	Subtarea Actividad 1					
	Objetivo No. 120					
	Subtarea Actividad 2					