

DIAGNOSTICO DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE
PASTO COMO PROPUESTA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL

ANYI KARINA ROSERO MONTEZUMA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
SAN JUAN DE PASTO
2010

DIAGNOSTICO DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE
PASTO COMO PROPUESTA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL

ANYI KARINA ROSERO MONTEZUMA

Proyecto presentado como requisito para optar el Título
de Geógrafa con Énfasis en Planificación Regional.

Asesor:
CARLOS ALBERTO TORRES BURBANO
Geógrafo con Énfasis en Planificación Regional
Esp. Ecología y Gestión Ambiental

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
SAN JUAN DE PASTO
2010

“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado son responsabilidad exclusiva del autor”.

Artículo 1 del acuerdo No 324 de octubre 11 de 1966, emanado por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, noviembre de 2010

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCIÓN	12
1. TITULO	16
2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
2.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	16
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
3. JUSTIFICACIÓN.....	17
4. OBJETIVOS.....	18
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
5. MARCO REFERENCIAL.....	19
5.1. MARCO CONTEXTUAL.....	19
5.2. MARCO TEÓRICO.....	21
5.2.1. Perspectiva del turismo Internacionalmente.....	24
5.2.2. Perspectiva actual del turismo Nacionalmente.....	26
5.2.3. Relación entre el turismo y el gobierno	27
5.3. MARCO LEGAL.....	35
5.3.1. Prestadores de servicios.....	38
6. METODOLOGÍA.....	40
6.1. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	40
6.2. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
6.2.1. Fase I: Diagnóstico.....	41
6.2.2. Fase II: Diseño del Proyecto.....	42
7. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	43
7.1. CARACTERÍSTICAS BIOFÍSICAS.....	43
7.2. CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES.....	43
7.2.1. Región Pacífica	43
7.2.2. Región Andina.....	44
7.2.3. Región Amazónica	44
7.2.4. Otras Potencialidades	44
7.3. DATOS TURÍSTICOS:.....	44
7.3.1. El Municipio de Pasto.....	48
7.3.2. El Departamento de Nariño.....	56

7.4. RESULTADOS SOCIOCULTURALES	65
7.5. RESULTADOS ECONÓMICOS	65
7.5.1. Comportamiento económico	66
7.6. INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS	67
7.6.1. Vías de Comunicación	67
7.6.2. Transportes	67
7.7. SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS	68
7.7.1. Infraestructuras básicas	68
7.8. SEÑALIZACIÓN	69
7.9. SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	70
7.10. OFERTA DE ALOJAMIENTO	70
7.11. LA OFERTA COMERCIAL	70
7.12. LA OFERTA DE RESTAURANTES	71
7.13. ACTIVIDADES DE OCIO	72
7.13.1. Casa museo Taller Relieves EBC.....	73
7.13.2. Museo Alfonso Zambrano.....	73
7.13.3. Museo Casona Taminango.....	74
7.13.4. Museo del Carnaval	75
7.13.5. Museo del Oro - Banco de la República.....	75
7.13.6. Museo Juan Lorenzo Lucero.....	75
7.13.7. Museo Luciano Rosero	76
7.13.8. Museo Madre Caridad Brader.....	76
7.13.9. Los Templos Religiosos.....	77
7.14. EL PRODUCTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE PASTO	77
7.15. LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA	78
7.15.1. La publicidad	78
7.15.2. Las relaciones públicas.....	78
7.15.3. La promoción.....	78
7.16. LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA	79
7.17. ANÁLISIS EXTERNO	79
7.17.1. Entorno Económico:	79
7.18. TENDENCIAS DEL TURISMO	81
7.18.1. Tendencias de la demanda turística.....	82
7.19. IMPACTOS AMBIENTALES DEL TURISMO	86
7.19.1. El vertimiento no controlado de aguas residuales a ríos, lagos, lagunas, mantos freáticos y litorales.....	86
7.19.2. Inadecuado proceso de recolección y disposición final de los sólidos.	86
7.19.3. Construcción de atracaderos	86

7.19.4. Uso de detergentes e insecticidas no biodegradables.....	87
7.19.5. Agotamiento de los mantos freáticos.....	87
7.19.6. Uso de plantas energéticas.....	87
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES.....	90
BIBLIOGRAFIA.....	92

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
FIGURA 1. MAPA DE LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	20
FIGURA 2. Eslabones para el desarrollo del turismo	46
FIGURA 3. Santuario de Nuestra Señora de las Lajas	48
FIGURA 4. Panorámica de la ciudad de San Juan de Pasto	48
FIGURA 5. Santuario de flora y fauna volcán Galeras.....	50
FIGURA 7. Laguna de La Cocha, Isla La Corota	50
FIGURA 6. Mapa 2. Actividades comerciales y turísticas en la Ciudad de San Juan de Pasto.....	51
FIGURA 8. Artesanías en barniz de Pasto y enchapado en tamo.	52
FIGURA 9. Afiche oficial de los carnavales de negros y blancos 2010	54
FIGURA 10. Plato de cuy.....	56
FIGURA 11. Carnaval Multicolor de la Frontera (Negros y Blancos).....	58
FIGURA 12. Playas y arco natural isla de El Morro.....	60
FIGURA 13. Panorámica del Municipio de Sandoná	61
FIGURA 14. Templo de Jesús Nazareno	62
FIGURA 15. Mapa 3. Mapa turístico del Departamento de Nariño.....	64
FIGURA 16. Transporte urbano en la ciudad de San Juan de Pasto SIT.....	68
FIGURA 17. Restaurantes y almacenes multinacionales de gran trayectoria.	72
FIGURA 18. Vista externa del Teatro Imperial.....	73
FIGURA 19. Museo Casona de Taminango	74
FIGURA 20. Esquema gráfico de la oferta turística para el Municipio de Pasto....	85

LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. Aspectos generales del Departamento de Nariño y su participación respecto a la nación	45
Tabla 2. Licencias otorgadas por el Municipio de Pasto.	66
Tabla 3. Cupos disponibles por categoría de hotel en San Juan de Pasto.....	70

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de Nariño y mis profesores en testimonio de gratitud ilimitada por su apoyo, esfuerzo y estímulos mismos que posibilitaron la conquista de esta meta: Mi formación profesional con admiración y respeto.

Al Profesor Carlos Alberto Torres, que gracias a su apoyo y confianza a través de su asesoría he llegado a realizar una de mis más grandes metas en la vida. La culminación de mi carrera profesional.

A mis compañeros y amigos, sabiendo que no existirá una forma de agradecer en la vida, quiero que sientan que el objetivo logrado también es de ustedes y que la fuerza que me ayudo a conseguirlo fue su apoyo.

Al término de esta etapa de mi vida, quiero expresar un profundo agradecimiento a todos aquellos quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a lograr esta hermosa realidad.

Gracias.

DEDICATORIA

A mi Mami Hilda, no me equivoco si digo que eres la mejor mamá del mundo, gracias por todo tu esfuerzo, tu apoyo y por la confianza que depositaste en mí y a quien jamás encontraré la forma de agradecer el que me haya brindado su mano en las derrotas y logros de mi vida, haciendo de este triunfo más suyo que mío por la forma en la que guió mi vida con amor y energía.

A Gabriel, quien jamás encontraré la forma de agradecer su apoyo, comprensión y confianza esperando que comprendas que mis logros son también tuyos e inspirados en ti, hago de este un triunfo y quiero compartirlo por siempre contigo.

Como un testimonio de gratitud ilimitada a Juan José, mi hijo, porque su presencia ha sido y será siempre el motivo más grande que ha impulsado para lograr esta meta.

A mis grandes hermanos, por ser los mejores hermanos que puede tener, por apoyarme, por alegrarme y por guiarme en cualquier momento y por todo lo que de ustedes he aprendido, en verdad son especiales para mí.

A ti Señor porque hiciste realidad este sueño, por todo el amor con el que me rodeas y porque me tienes en tus manos. Esta tesis es para tí.

RESUMEN

La presente investigación acerca del diagnóstico de la estructura territorial del Municipio de Pasto como propuesta para el desarrollo turístico regional, presenta una breve introducción teórica al turismo y un planteamiento sobre el desarrollo del turismo. Se analiza el turismo en el Municipio de Pasto al establecerse como nodo para el desarrollo turístico en la región, determinando el inventario de las facilidades turísticas, el inventario de los atractivos naturales y culturales más relevantes, las áreas de desarrollo turístico, la infraestructura y la planta turística existentes; así mismo, el marco institucional turístico en su base legal, Leyes, Reglamentos y Planes de Ordenamiento existentes hasta ahora. Se plantean también las opiniones de una consulta a los involucrados en el desarrollo turístico, lo mismo que información sobre el mercado turístico. También se analiza el paradigma del turismo sostenible desde la perspectiva conceptual, sus principios, los beneficios que genera, los impactos ambientales del turismo de sol y playa. Finalmente se analizan las debilidades del turismo en el municipio y la región y se presentan las conclusiones del diagnóstico y las recomendaciones para el desarrollo futuro del turismo en el Municipio de Pasto y el Departamento de Nariño.

ABSTRACT

This research on the diagnosis of the territorial structure of the Municipality of Pasto as a proposal for regional tourism development, presents a brief introduction to tourism and an approach to tourism development. Analyzes tourism in the municipality of Pasto to be established as a hub for tourism development in the region, determining the inventory of tourism facilities, the inventory of natural and cultural attractions most relevant areas for tourism development, infrastructure and existing tourist facilities, etc., and the institutional framework for tourism for legal basis, laws, regulations and existing Management Plans so far. The study also presents the views of a consultation with stakeholders in tourism development, as well as information on the tourist market. It also analyzes the paradigm of sustainable tourism from the conceptual perspective, its principles, the benefits generated, the environmental impacts of sun and beach tourism. Finally we analyze the weaknesses of tourism in the municipality and the region and presents the findings of the audit and recommendations for future development of tourism in the municipality of Pasto and the Department of Nariño.

INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad ha cobrado una relevancia cada vez mayor, se ha ido individualizando progresivamente como una fórmula específica dentro del turismo al interior de país, como estrategia territorial y socioeconómica formulada en el contexto de la sociedad y de las políticas estatales que propician el nacionalismo y con ello el arraigo a las regiones permitiendo establecer opciones para el establecimiento del turismo en todos los espacios geográficos de Colombia.

Los intensos cambios políticos y espaciales generados por el conflicto armado en el país y la actual política de seguridad nacional ha propuesto un crecimiento económico basado en la explotación del potencial turístico que posee Colombia donde una de las principales orientaciones es la de un turismo cada vez más plural que acondicionará y ordenará ciertas zonas a tal uso.

Las regiones se verán alcanzados por este proceso. Por una parte, el cambio de modelo económico revalorizará algunas regiones congestionadas, accesibles y situadas en entornos más limpios, como espacios de preferente localización de nuevas actividades donde se consolidarán algunos sistemas productivos locales y entornos innovadores.

Por otro lado, los problemas propios de las sociedades y modos de vida urbanos, el incremento medio de poder adquisitivo, de la movilidad y de la motorización, así como la creciente importancia que la población ha ido otorgando al ocio y descanso, harán que se revaloricen las áreas urbanas y los espacios naturales de las regiones interiores como destinos turísticos nuevos cada vez más apetecidos, generando nuevas demandas turísticas y provocando el desarrollo de distintas modalidades de turismo, fundamentadas en los valores históricos, paisajísticos, de marco propicio para el desarrollo de diferentes actividades en beneficio de la humanidad. Incluso proporcionando una dimensión hasta didáctica, de recreación y conservación, con tales fines, de la memoria histórica de sociedades y modelos económicos y de explotación del pasado a fin de entender la misma configuración del paisaje, el poblamiento y sus elementos de organización y sus vivencias actuales.

Pasto, es uno de los espacios turísticos más dinámicos de la frontera sur de Colombia y, a pesar de ello, ha sido inexplorado desde el punto de vista de la Geografía Nacional; consecuentemente, no existe un corpus conceptual amplio que ayude a interpretar la organización territorial de este sector de la economía fronteriza.

Este trabajo tiene por objeto dar a conocer, con base en investigación secundaria y primaria, aspectos de la estructura territorial del turismo en dicho territorio, al

igual que el establecimiento de potencialidades y requerimientos para esta actividad como estrategia para un mejor ordenamiento territorial, estableciendo por consiguiente, su estructura funcional en cuanto a bienes y servicios disponibles en la región; facilitando así una explotación racional y adecuada todos los lugares y regiones que evidencien a Pasto como una ciudad turística en la frontera sur de Colombia.

1. TITULO

DIAGNOSTICO DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE PASTO COMO PROPUESTA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Las actuales circunstancias tanto políticas como económicas que se establecen actualmente en nuestro país, dibujan un nuevo escenario que paulatinamente, apoyándose en distintos instrumentos económicos e institucionales (iniciativas comunitarias como las reservas de la sociedad civil), pretende diversificar la base económica de gran parte de estas sociedades en territorios más turísticos, complementando su orientación tradicional, con nuevas estrategias de desarrollo y dinamización puestas en marcha.

En tal contexto nuevo el turismo alcanza su razón de ser, sustentándose para ello en la valorización de los recursos y potencialidades locales. Por eso, sin que llegue a constituir una auténtica panacea, sí es cierto que el turismo ha ido introduciendo, cuando menos, nuevas referencias en el devenir de estas regiones, recuperando parte de su patrimonio, adaptando parcialmente su territorio para nuevos usos recreativos o contribuyendo a sacarlas del olvido y la marginalidad.

En tanto que San Juan de Pasto, como ciudad de frontera debe vislumbrar posibilidades y potencialidades para competir con el turismo nacional e internacional, teniendo en cuenta que desde siglos atrás el Departamento de Nariño como tal ha permanecido aislado de las decisiones gubernamentales, impidiendo un desarrollo acorde con las exigencias poblacionales, pero más aun con los grandes potenciales geográfico ambientales que posee, garantizando a otras regiones la posibilidad de un aprovechamiento local enfocado en el desarrollo regional de San Juan de Pasto.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Posee el Municipio de Pasto una estructura territorial que Facilite un aprovechamiento turístico regional?

3. JUSTIFICACIÓN

Dentro de la ciencia geográfica encontramos muy pocos estudios enfocados en la dinámica territorial que presentan los territorios en cuanto a actividades tales como el turismo, a sabiendas, que son instancias que se causan sobre un lugar en específico y que necesitan mayor atención y estudio desde la perspectiva de la geografía, pues compete en gran medida a esta disciplina es esclarecimiento de las diferentes problemáticas y dudas que se tienen al respecto, pero sobre todo, en la estructura funcional que el territorio posee para el desarrollo de dicha actividad.

Esta investigación pretendió hacer una valoración de los procesos y efectos inducidos por una nueva y creciente forma de ocupación del espacio y de utilización del medio para el Turismo. Para ello, tras definir inicialmente cuáles son las referencias y planteamientos que sirvieron de contexto, se hizo un análisis sectorial y territorial más preciso.

Tomando al Municipio de Pasto como una ciudad en zona de frontera, se establecieron las dimensiones generales que orientan la actividad turística en la región, destacando especialmente su situación fronteriza, generadora de singulares iniciativas turísticas; del mismo modo, se identificaron los recursos en que se fundamentan estas actividades, analizando las realidades y resultados en que se traducen; desde los flujos de visitantes que se acercan a estos espacios hasta los apoyos institucionales y financieros, tanto públicos como privados; al igual que la infraestructura actual y necesaria que fundamentan el esclarecimiento de los principales tipos de turismo desarrollados en el municipio.

Finalmente, se desarrolló un balance que permitió señalar las ideas concluyentes más destacadas y con ello, determinar los principales problemas y las perspectivas de evolución que presenta la región ante el desarrollo de la actividad turística.

En consecuencia, el estudio pretendió establecer las características actuales y a futuro del turismo en el Municipio de Pasto como una práctica económica y territorial fundamental en el ordenamiento y desarrollo regional, incluso proporcionando una dimensión hasta didáctica, de recreación y conservación, con tales fines, de la memoria histórica de sociedades y modelos económicos y de explotación del pasado a fin de entender la misma configuración del paisaje, el poblamiento y sus elementos de organización histórica y sus vivencias actuales.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico actual de la estructura territorial en el Municipio de Pasto como propuesta para el desarrollo turístico regional.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Establecer precisiones conceptuales pertinentes y sintetizar los eventos más representativos que propician el turismo en la región.

Caracterizar los bienes y servicios que presenta la región en relación con la estructura funcional turística, del Municipio de Pasto.

Determinar los atractivos, vínculos de comunicación, flujos de visitantes y el tipo de actividad turística que se presentan en el Municipio de Pasto.

Establecer las posibilidades y potencialidades actuales y tendencias del turismo en el Municipio de Pasto.

Espacializar las áreas turísticas a través de cartografía pertinente en el Municipio de Pasto y el Departamento de Nariño.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. MARCO CONTEXTUAL

El Municipio de Pasto, capital del Departamento de Nariño, se encuentra ubicado al sur de Colombia, tiene una extensión de 1.128,4 Km², el área urbana es de 26.4 Km², una población aproximada de 500.000 habitantes, de los cuales el 89.72 % habita en la ciudad de San Juan de Pasto y el 10.28 % en los 13 corregimientos que conforman el sector rural del municipio¹ (Figura 1).

El Pasto de hoy es el resultado de un proceso social construido a través del tiempo, cuyas raíces se remontan a los nativos habitantes de Hatunllacta o valle de Atures, con su cosmovisión integradora de la naturaleza, la economía, el hábitat y la vida espiritual y que da razón, luego de la imposición de los valores propios de la cultura occidental desde el siglo XVI en adelante, del papel jugado durante la emancipación de España, que el resto del país ha juzgado como una equivocación histórica, y de lo hecho y dejado de hacer desde los inicios de la República hasta nuestros días.

La Ciudad de San Juan de Pasto actualmente se configura como epicentro de la vida social, económica, cultural y política del departamento de Nariño, así como también con el resto del País, "condicionada por un modelo de crecimiento económico nacional que concentró los mayores recursos y los mejores esfuerzos, únicamente en los llamados "polos de desarrollo"; y con el resto del mundo, particularmente con Ecuador, por ser Pasto parte de la frontera activa con esa hermana nación"².

La ciudad desde siempre ha tenido como sus referentes naturales y visuales el río Pasto y el volcán Galeras Viejo rugoso, encanecido por tempestades y peinado por tolvaneras, es el cósmico padre del paisaje. En el sector rural, como parte del paisaje natural, La Cocha o Lago Guamuez, refugio cotidiano del sol, es otro de los referentes importantes de Pasto; como lo son también los 21 pueblitos que circundan la ciudad, de gran valor histórico por cuanto conservan aún, la huella de nuestros ancestros³.

¹ Plan de Ordenamiento Territorial, Pasto 2012: Realidad Posible, pag. 100

² Ibid pag. 120.

³ Ibid pags. 101 – 105.

Lo disfrutamos por la belleza del paisaje, la variedad de sus recursos naturales, la bondad y laboriosidad de sus gentes; por su riqueza cultural que tiene en el carnaval de negros y blancos su más formidable expresión; porque en lo urbano se cuenta con los servicios públicos básicos para la vida y para la comunicación con el entorno global.⁴

5.2. MARCO TEÓRICO

La organización territorial, de acuerdo con Konstrowiki⁵, interpreta la forma en que, con base en la actividad económica, el hombre organiza su territorio. Este se conforma por dos aspectos: los procesos territoriales, que comprenden la evolución histórica del espacio que soporta la actividad económica, y por las estructuras territoriales, elementos físicos ya sean estáticos o dinámicos que posibilitan la actividad económica; constituidas por uno o varios nodos ligados con el resto del espacio, a través de una red de infraestructura en comunicaciones y transportes, por la que circulan bienes, personas e información.

Con base en este concepto, Hiernaux⁶ ha propuesto un modelo vinculado al turismo, en el que sugiere que la estructura territorial de esta actividad económica está dada por un núcleo, los canales espaciales que lo articulan al exterior y por los flujos ocurridos.

Por otro lado, los problemas propios de las sociedades y modos de vida urbanos, el incremento medio de poder adquisitivo, de la movilidad y de la motorización, así como la creciente importancia que la población ha ido otorgando al ocio y descanso harán que se reevalúen las áreas urbanas y los espacios naturales de las regiones interiores como destinos turísticos nuevos cada vez más apetecidos, generando nuevas demandas turísticas y provocando el desarrollo de distintas modalidades de turismo fundamentadas en los valores históricos, paisajísticos, de aventura, de turismo activo, etc. Incluso proporcionando una dimensión hasta didáctica, como sería para Pasto es CAS Lúdico en La Loma del Centenario; de recreación y conservación, con tales fines, de la memoria histórica de sociedades y modelos económicos y, de explotación del pasado a fin de entender la misma configuración del paisaje, el poblamiento y sus elementos de organización histórica y sus vivencias actuales.

El turismo debe ser comprendido desde el punto de vista teórico para poder llegar a resultados más específicos. La base teórica para establecer un criterio de la problemática planteada en esta tesis es fundamental, por ello es necesario

⁴ Ibid pag. 94 – 242.

⁵ KOSTROMICKI, J. Un concepto clave: organización espacial, versión al español de Holt, E., Instituto de Geografía, UNAM, México. 1986. Pag. 48.

⁶ HIERNAUX, D. "El espacio reticular del turismo en México", Geografía y Desarrollo, año 2, vol. 2, núm. 3, México 1989. Pag. 31-39.

generar una visión que parta de lo general enfocándose cada vez más a lo particular.

Es por ello, que se plantea la definición del tema base de este estudio, según Gurría⁷: el turismo es una abstracción, un concepto del cual todos tenemos distintas interpretaciones. Por esta razón existe gran variedad de definiciones, algunas muy diferentes entre sí, según sea el enfoque que se le dé al concepto, o bien al ámbito de formación o trabajo de quien las formula, y de la época. De cualquier manera, se puede decir que todas las definiciones son válidas, pero también muy discutibles. Casi todas las definiciones pueden encontrarse expuestas y comentadas en los diversos textos de turismo, especialmente en aquellos de carácter introductorio al tema.

La más sencilla de estas definiciones es la adoptada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como la máxima autoridad en la materia: Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales⁸.

Para tener una idea mejor establecida De la Torre Padilla⁹ escribe también esta definición en un sentido de mayor amplitud donde el Turismo, es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos, o grupos de personas fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Otra definición escrita por Nash¹⁰ en donde plantea un punto de vista desde ojos de antropología turística; donde, el turismo podría ser ese rol importante en el desenvolvimiento social como la forma de desarrollo de las culturas, transiciones personales y un tipo de superestructura social.

En la primera conferencia mundial sobre deporte y turismo en el 2001 De Villiers¹¹ expone una definición que aporta la idea de que el turismo es el principal contribuyente a acelerar la velocidad a la que los países se acercan más unos a otros, y a la que los distintos grupos sociales, al conocerse, se hacen más próximos. También plantea que las favorables previsiones a futuro acerca de esta actividad llevan a que haya mayor preocupación para asegurar que el desarrollo se haga con criterios de sustentabilidad más que por el desarrollo del mismo.

⁷ Gurria Angel. 1997 p.13.

⁸ Ibid. p. 13.

⁹ En Gurria Angel. 1997. p. 22.

¹⁰ Nash, Dennison 2001. p. 44.

¹¹ De Villiers 2001. p. 56.

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo ha elaborado una serie de definiciones las cuales se describen a continuación¹²:

- ✓ Turismo: actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
- ✓ Turismo interno: el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro este mismo país.
- ✓ Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país dado.
- ✓ Turismo emisor: el de los residentes del país dado que viajan a otro país.
- ✓ Turismo internacional: se comprende de turismo emisor y receptor.
- ✓ Gasto turístico: gasto total por razón de todo el consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante durante su viaje y estancia en el punto de destino.
- ✓ Turismo Orientado hacia la Naturaleza: Es una forma de turismo basado primordialmente en la historia natural de áreas específicas, áreas naturales protegidas y no protegidas, incluyendo culturas indígenas pasadas y presentes.
- ✓ Turismo de Aventura: Los viajes que tiene como fin realizar actividades recreativas deportivas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico.
- ✓ Visitante internacional: toda persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- ✓ Visitante interno: persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

¹² Organización Mundial del Turismo. 2001. p. 58.

- ✓ Visitante que pernocta: visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.
- ✓ Visitante del día: visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque de crucero para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o los pasajeros de embarcaciones de placer y de los pasajeros que participan en un viaje de grupo y están alojados en un tren.
- ✓ Comunidad: Asociación de personas que tiene intereses comunes y viven unidas bajo ciertas reglas o normas.
- ✓ Áreas naturales protegidas: Las zonas del territorio nacional y aquellas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano, y que han quedado sujetas al régimen de protección.

5.2.1. Perspectiva del turismo Internacionalmente

Así entonces, prosigue el análisis del medio en el que el Turismo se desarrolla para así llegar al punto específico del análisis. De este modo, observamos que Coathup¹³ menciona que con la expansión del turismo internacional, el número de aspectos dominantes del sector aumentan; por lo que a manera de resumen, solo empleó especial interés en el estudio de los aspectos que a su criterio son los más relevantes, con una característica en especial, que fueran los que rigen el acceso, la facilidad, o a su vez muevan las decisiones que se toman basándose en el turismo, ya que estos motivadores son los que inician el deseo de viajar y explorar. Dichos aspectos son, la educación, los medios de comunicación, administración del entorno, Gobierno y tecnología.

Acerca de la educación, menciona que al ser la población actual del mundo una población mejor y mayor educada, estimula un interés creciente de descubrir más allá de sus horizontes. La educación también le ha permitido conocer estilos de vida alternativos, culturas y destinos en crecimiento y el deseo continuo de nuevas experiencias. Anticipa que la sustentabilidad del turismo está en anteponerse a las necesidades de los futuros viajeros con base a su educación¹⁴.

¹³ Coathup, D. 1999. ps. 69 – 72.

¹⁴ Ibid.

Respecto a los medios, aclara que en el siglo actual mundialmente deben de ser borrados los rumores de que los medios son negativos. Se debe reconocer que gracias a los medios de comunicación, hoy se conocen éxitos de diferentes destinos. Los medios positivos actuales, son capaces de cubrir y dar a conocer destinos con un presupuesto limitado de marketing y así maximizar sus ingresos que de otra manera sería imposible¹⁵.

El siguiente y no menos importante aspecto es: la administración del entorno. Para Coathup¹⁶ es importante considerar de manera especial este aspecto puesto que lo ve como el que tiene mayor capacidad de crecimiento en el futuro; comenta que los viajeros actuales tienen mayor cuidado acerca de las condiciones del entorno que ellos visitan, condiciones como: tour operadores, aerolíneas, cadenas hoteleras, gobiernos, ambientes sociales y también los ambientes psicológicos, y las condiciones del país.

En otro orden de ideas, se llega a un aspecto que por el motivo de estudio de esta tesis es el más relevante es el dato de la relación entre el gobierno y el turismo, y la extensión de los servicios públicos son los cuerpos que formulan la franja con la que el turismo puede operar. Si esa delicada pero tan importante, franja falla, presenta problemas, o no existe relación, el entorno no conducirá al éxito.

Por lo que es esencial que los gobiernos y el sector público se conviertan en socios en el proceso entero del desarrollo del turismo para así satisfacer los intereses que ambos buscan y del mismo modo conducir por un mejor camino a los países. De igual forma expone que el sector privado puede aportar muchos de los recursos pero siempre vigilado por el sector público.

Por otro lado, la Tecnología, en donde se menciona que si pudiéramos ver el futuro, podríamos incluir como el más importante y relevante aspecto en el turismo internacional a los avances tecnológicos. De igual forma afirma que las dos primeras décadas de este siglo serán cruciales en el desarrollo del turismo. Es por ello que actualmente el turismo moderno aumenta, el número de turistas sigue creciendo, la escala de la industria turística continua en expansión y la posición del turismo en la economía de los países se vuelve cada vez más importante.

El turismo es un importante canal de intercambio cultural, reforzando la amistad y expandiendo la comunicación entre personas de todos los países. En este orden de ideas, en su libro C

Existe también la teoría de que actualmente, el turismo no puede llegar a ser estereotipado de ninguna manera ya que cada experiencia es diferente para todos los turistas, lo que permite ofrecer experiencias nuevas y lograr el cumplimiento de

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

todas o la mayoría de sus expectativas¹⁷. Para Askjellerud¹⁸ el turismo, es el actual motivante de conocimiento acerca de otras culturas puesto que de esta manera, al conocer a otros, los podremos entender mejor y mejorar las relaciones y la amistad en el mundo.

5.2.2. Perspectiva actual del turismo Nacionalmente.

Colombia, pese a no registrarse entre los primeros lugares como destino turístico tiene un variado potencial para ofrecer al mundo, por ser uno de los países más megadiversos.

Se estima que el mercado doméstico representa aproximadamente el 80% de la demanda turística del país y sus viajes se concentran estacionalmente en las 17 festividades patrias y religiosas nacionales que hay anualmente en el calendario laboral y en las temporadas vacacionales escolares de mediados y fin de año. Los desplazamientos se realizan principalmente por vía terrestre a centros de dispersión cercanos a las grandes ciudades y por vía aérea a otros destinos¹⁹.

Los productos turísticos principales de Colombia son: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos. Actualmente el Gobierno Nacional viene llevando a cabo un programa destinado a promover el turismo doméstico, invitando a los colombianos a viajar por el territorio colombiano para que disfruten de los atractivos y destinos turísticos con que cuenta nuestro país²⁰.

Dicho programa hace parte de la Campaña Promocional “Vive Colombia”, dentro de la cual se han desarrollado caravanas turísticas, contando para el efecto con la colaboración de la Policía Nacional, autoridades de tránsito y sector privado comprometido con el turismo, todo dentro del programa de gobierno, denominado “seguridad democrática”, impulsado por el gobierno de Alvaro Uribe y continuado por el actual presidente Juan Manuel Santos. El mencionado programa se ha desarrollado con éxito y, es así como en la pasada temporada de fin de año se movilizaron cerca de veinte millones de personas.

Analizados los resultados alcanzados en el año 2009 de las variables que permiten medir el comportamiento del sector, se puede observar que algunas de éstas, a pesar de las circunstancias por las que ha atravesado el país y que

¹⁷ Cohen 2000. ps. 26 - 28.

¹⁸ Askjellerud 2003. 44 - 47.

¹⁹ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo en Colombia: Un sector de oportunidades. 2009. Pgs. 12-18.

²⁰ Ibid.

inciden significativamente en su determinación, han tenido un crecimiento con respecto a las cifras alcanzadas en el año 2010²¹.

En el 2007, el sector participaba con el 2,5% del PIB, mientras que esta participación se ha venido reduciendo progresivamente ya que en el 2008 fue del 2.067%; sin embargo la reactivación de la economía ha incidido en el sector, ya que en el 2009 esa participación subió al 2,09%, y se estima que esta tendencia se mantenga en el 2010.

En el 2009, el sector hotelero generó cerca de 50.000 empleos directos y a pesar de la problemática de desocupación que vive el país, el número de empleos se mantuvo. Los ingresos por ventas del sector se afectaron por la desaceleración de la economía del país presentado en el 2009, los cuales decrecieron 37,92% en el 2010, pero se evidenció un cambio en esa tendencia, al presentar un decrecimiento global del 9,47% para el presente año, menor que el presentado frente al 2009. El análisis para los subsectores de hoteles, agencias de viajes y restaurantes, elaborados por el DANE para el 2009, demuestran una recuperación sustancial en las ventas.

Para el 2010, las medidas de choque que adelantó el Gobierno, especialmente en la recuperación de los flujos de turismo doméstico, permitieron revertir la tendencia logrando un crecimiento positivo del 5,84% en este rubro. La ocupación hotelera, que en 2006 registró su nivel más bajo en los últimos 5 años, 39%; en el 2007 fue de 41.76%, 44% en el 2008 y alcanzó el 45% en el 2009. La reciente temporada vacacional de fin de año de 2010 reafirma los indicios de recuperación del turismo nacional y el éxito del programa promocional que se viene implementando, al registrar un nivel de ocupación promedio cercano al 90%²².

5.2.3. Relación entre el turismo y el gobierno

Una vez planteado todo lo anterior, llega el momento de presentar la información referente a la relación que en algunas ciudades del mundo es casi nula. Esa relación tan importante y fundamental para el desarrollo del turismo en el mundo, principalmente relevante para el turismo en nuestro país. La Oficina Departamental del Turismo indica que es necesario para el gobierno hacer todo lo que pueda a favor del desarrollo del sector turístico como la prevención y el mantenimiento en la creación de empleos en el sector.

De esta forma, existe una gran cuestión al preguntarse hasta dónde deben los gobiernos intervenir en lo que al turismo se refiere. Se llega a la conclusión de que sea de una manera activa o de una manera pasiva, el gobierno siempre interviene y las acciones afectan de la misma forma activamente o pasivamente al sector

²¹ Ibid.

²² Ibid.

turístico. De la misma forma menciona que al ser una industria compleja y al tener una naturaleza multidisciplinaria, demanda por tener relación entre las organizaciones internas, tener una coordinación mutua entre el sector turístico y el gobierno.

Se sugiere que los efectos de un balance estratégico se verían hasta mediar los intereses y acabar con los problemas que generen las confrontaciones entre el sector público y el privado, por lo que el involucramiento del estado en el turismo es inevitable e indispensable, y esto demanda que los siempre crecientes impactos del turismo sean manejados de la mejor manera. Este correcto manejo de la industria turística requiere la participación de los dos sectores, el público y el privado porque el turismo es demasiado importante como para ser olvidado.

Así que Jorge Costa²³ resalta esa difícil relación entre los dos sectores aportando en varios de sus estudios el reflejo de las dificultades encaradas por el sector público en relación a la infraestructura y algunos aspectos de las leyes locales, como las regulaciones y las prácticas de negocios.

Por otro lado, una fuerte demanda turística, o bien, la misma presión de las empresas que allí compiten, puede influir ante el gobierno y la opinión pública en la asignación de recursos para el mejoramiento de factores especializados (institutos de capacitación turística, mejoramiento de carreteras a las principales zonas de atractivos, policía turística, aeropuertos, etc.) y ello puede estimular aún más el surgimiento de nuevas empresas como “tour” operadores y alquileres de autos, dirigidas a atender directamente al consumidor. A su vez, los factores creados para atender la industria principal son aprovechables para las industrias relacionadas y de apoyo. Estos factores especializados pueden ser un gran atractivo para atraer un mayor número de turistas exigentes, lo que ayudaría a construir una demanda local más sensible hacia unos servicios de mayor calidad. Por último, las industrias relacionadas y de apoyo pueden integrarse y transformarse en nuevos actores que vendrían a aumentar la rivalidad dentro de la industria principal.

El gobierno puede ejercer influencia sobre cualquiera de los elementos del turismo, tanto positiva como negativamente. Por ejemplo, el gobierno define las políticas y asignación de recursos a infraestructura y educación. Por medio de la fijación de regulaciones y estándares, afectan la rentabilidad de las diferentes actividades económicas. Claramente, las políticas tributarias pueden estimular o frenar la inversión en industrias turísticas o el desarrollo de industrias relacionadas dentro de un país.

De la misma manera, el gobierno también puede ser influenciado o afectado por los elementos del turismo, tal es el caso cuando decide invertir en educación en

²³ Costa. Op. Cit.

áreas específicas necesarias para el mejoramiento de un cluster, o invertir en caminos de acceso e infraestructura de servicios básicos, motivado por el ritmo de crecimiento de la demanda turística y los beneficios para el país en generación de divisas.

Obviamente, el país no se salva de enfrentar este problema; en tal sentido, es evidente la falta de coordinación entre los dos sectores, aclarando que es necesario ampliar las rutas de comunicación y acceso al país, si bien, es muy importante, necesario y vital para el sector el facilitar la llegada de más turistas. Si bien, se necesita aplicar una serie de medidas y reformas en el sector turístico para prevenir y corregir la caída de la oferta, aun no existen reformas y cambios de este tipo. Cambios que en muchos países ya han comenzado a poner en práctica, demostrando alta eficiencia para promover el turismo.

Para el departamento de Nariño y específicamente para la Ciudad de San Juan de Pasto, hasta el momento no se han realizado investigaciones que impliquen un estudio detallado de la territorialidad con respecto a la actividad del turismo y ésta como dinamizadora del territorio implicando por tal razón, una investigación mucho más exhaustiva que permita establecer dicha dinámica.

A partir de la década del 2000, en esta localidad se ha incrementado la inversión estatal y regional, para el impulso de determinados sectores económicos como el turismo y el comercio, aunados a la creación de infraestructura de apoyo como la Plaza del Carnaval que fortalecen sus ventajas comparativas con respecto a otras zonas del País, además de un fuerte potencial que permite centrar mejores esfuerzos por encontrarse en zona de frontera.

A diferencia del turismo litoral o del llamado de interior, en el fronterizo, como en ningún otro lugar, la disparidad económica tan evidente a través de una línea que une o que separa a dos países, es el escenario que le confiere al turismo sus características propias y su evolución sui generis²⁴.

La tendencia actual de incorporar espacios económicos selectos bajo diversas funciones a la economía global con el apoyo de las políticas neoliberales, incrementa aún más el papel rector de este lugar en la economía regional, así como disparidades territoriales con otras zonas del estado, marginadas de esta dinámica internacional. Por otra parte, esta situación genera relaciones funcionales complejas a través de redes de flujos de personas, bienes y capital. Éstas, generadas en forma preferencial por las actividades turísticas y comerciales, involucran otros territorios que se localizan tanto en su cercanía microrregional, como en la escala geográfica global.

²⁴ MARÍNEZ, Orlando. Transnational borderlands: cross-border linkages in Mexican border society. *Journal of Borderland Studies*. México 1990. Pag. 79 – 94.

En turismo, los factores básicos que permiten el desarrollo de un país son su legado patrimonial de riquezas naturales, arqueológicas y culturales. Sin embargo, la competitividad de un país o región reside, más bien, en la calidad de los factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial por encima de países con un legado similar. Recursos humanos con capacitación turística, infraestructura diseñada para hacer accesibles los atractivos naturales, mercados de capitales adecuados para financiar proyectos turísticos de largo plazo, niveles de seguridad personal adecuados y alta cobertura de servicios públicos de apoyo son ejemplos de ese tipo de factores especializados.

En un mundo dirigido hacia la globalización podría parecer que la demanda local es de menor importancia, pero la evidencia demuestra lo contrario. Las empresas más competitivas invariablemente cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo.

En la industria turística, la demanda está formada tanto por los turistas nacionales como los extranjeros que visitan el país. En esta industria, en vez de exportar productos, son los consumidores los que se movilizan hacia los atractivos turísticos. Lo relevante de la calidad de la demanda, en el modelo conceptual propuesto, es el nivel de exigencia a que esté sometida una industria de parte de los clientes que atiende en forma directa. Por consiguiente, debe analizarse el volumen y tendencia de crecimiento de la demanda, su origen y grado de segmentación, pero fundamentalmente los gustos, exigencias y grado de sofisticación de los turistas que visitan un destino.

En tal sentido, la Ciudad de San Juan de Pasto se convierte paradójicamente en un importante nodo regional alrededor del cual gravitan, por una parte, otras zonas de menor trascendencia económica nacional y global; al mismo tiempo, en un centro vulnerable y dependiente del suministro de bienes, mercancías, mano de obra y flujos financieros que demanda el funcionamiento de la localidad.

El turismo, categorizado como una práctica social en tanto actividad humana, adquiere nuevas y variadas connotaciones en función del enfoque con que han abordado esta temática numerosos especialistas de las ciencias sociales²⁵. El interés por identificar las causalidades, relaciones, manifestaciones y efectos generados por la presencia del turismo, en distintas escalas geográficas y modalidades, radica en tres elementos a considerar: el ocio como antítesis del trabajo, el viaje y el esparcimiento²⁶. El primero, por su función y significado, requiere atención especial como punto de inicio que da sentido a los dos restantes.

²⁵ BARETJE, 1994. en Álvarez, A. El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas, Bosch Casa Editorial, Barcelona 1994. Pag. 32.

²⁶ LOZATO, Jean Pierre. Geografía del turismo. Del espacio contemplado al espacio consumido, Masson, Barcelona 1990. Pag. 98

En este contexto, existen dos perspectivas que permiten sopesar tal actividad; por un lado, los aspectos de mayor trascendencia relativos a la evolución del concepto turismo, como actividad ligada a las motivaciones, modalidades y condiciones asociadas con los viajes en cada época histórica y, por el otro, el ocio como estado temporal restante al que se ocupa para el desarrollo del trabajo; tal complemento, constituye la plataforma básica para diferenciar las actividades tipificadas como turismo de aquéllas que no lo son²⁷.

La combinación de las variables fundamentales de la Geografía, el espacio, como el escenario donde se suscitan la totalidad de variantes del turismo, y el tiempo, como el lapso por el que se prolonga, brindan a la Geografía la oportunidad de obtener un sitio prioritario en el aporte metodológico sobre esta actividad, sea a través de la interpretación dinámico-funcional que individualiza al fenómeno en cada lugar, o mediante la búsqueda de patrones regulares de comportamiento.

No obstante, aunque el turismo es una actividad ligada necesariamente al territorio, las definiciones sobre él difícilmente refieren al espacio como un aspecto fundamental. Así lo muestra la revisión de distintas disquisiciones acuñadas sobre el término por autores pertenecientes a disímiles corrientes de pensamiento.

En las obras aludidas con anterioridad, se distinguen tres elementos a valorar: el desplazamiento, la estancia en un sitio distinto al habitual de residencia y trabajo, y la duración de la estancia. Tales argumentos trascienden en los ámbitos económico y psico-social, en donde la complejidad de las interrelaciones materiales engendra contradicciones cognoscitivas y, al mismo tiempo, nuevas posibilidades de investigación para las ciencias sociales, especialmente para la geografía.

Por lo tanto, apoyado en las posturas de Kalfiotis²⁸ y Michaud²⁹, el trabajo actual asumirá como turismo al conjunto de actividades de producción y de consumo originadas por desplazamientos temporales mayores a 24 horas por parte de personas ajenas al sitio de recepción, movilizadas por causas distintas al lucro, y cuya presencia induce cambios de magnitud variable y en el sentido más extenso en la organización territorial de los sitios de origen y de destino.

De manera paralela, la Geografía del turismo centra su atención sobre otro aspecto de importancia capital, el ocio, tiempo disponible que resta al ocupado para el desempeño del trabajo³⁰. La importancia que se le concede a aquél, radica en la creciente proporción que alcanza en un segmento significativo de las sociedades modernas.

²⁷ CALLIZO, J. Aproximación a la geografía del turismo, Síntesis, Madrid 1991. Pag. 84.

²⁸ KALFIOTIS, S. "Une théorie de l'évolution du tourisme", Espaces, no. 25, París 1976. Pag. 13.

²⁹ MICHAUD, J. "Le tourisme face à l'environnement", Collection le Géographie, Presses Universitaires de France, París 1983. Pag. 161.

³⁰ AGÜI, J. (1994), "Definiciones: turismo-turista", Papers de Turisme, núm. 14-15. Pag. 19-25.

El territorio no es ajeno a la forma en que el ocio incrementa los turistas reales y potenciales en una sociedad. De hecho, los países en donde se han creado primero las condiciones necesarias para incrementar el tiempo libre como resultado de la mejora en las condiciones laborales y no de la disponibilidad forzada, coinciden con aquéllos que en la actualidad promueven flujos emergentes de visitantes hacia el interior y exterior de sus fronteras nacionales. Asimismo, los desplazamientos generados por el turismo influyen no sólo en los sitios preferenciales para el turismo, sino también en los emisores.

En esta forma, aunque tiende a crecer el número de espacios proclives a ser considerados como turísticos, actualmente los grandes contingentes de turistas muestran una dirección lógica de los lugares en donde la población posee las condiciones necesarias para realizar viajes de turismo hacia aquellos que resultan atractivos para tal fin³¹.

En sentido amplio, la actividad turística puede ser examinada a través de la concepción de interacción espacial, noción geográfica esencial que se interpreta de formas distintas, entre ellas, “el movimiento de fenómenos de un lugar a otro, las interacciones humanas que, desde un lugar influyen en otros distantes y aquellas que involucran el flujo de bienes, personas e información entre lugares”³².

El movimiento turístico actual viene creciendo de forma paulatina, en su mayoría obedece a motivaciones más o menos obligadas, como viajes de negocios, asuntos de gobierno, residentes en el interior del país o en el exterior, una pequeña parte de convenciones y seminarios y otras de menor significación son los viajes de placer y vacaciones.

Para un desarrollo turístico es necesario contar con buenos recursos de infraestructura que puedan ofertarse al turismo nacional e internacional, aun con escasos recursos, el crecimiento turístico a partir de la década pasada experimenta un gran salto.

La industria del turismo, es el sector que más genera empleos tanto en forma directa como indirecta, en la multiplicación efectiva de la renta, en el encadenamiento a partir de sus operaciones de numerosas actividades económicas, en la captación de créditos internacionales por la vía de la exportación de servicios y por su invaluable aporte en la consolidación de la identidad y el perfil cultural del país, pero sobre todo en el reordenamiento territorial que cada región debe llevar para lograr un propósito turístico.

³¹ LOZATO, op, Cit. Pag. 123

³² PROPIN, E. Teorías y métodos en geografía económica, Col. Temas Selectos de Geografía de México (III.3), Instituto de Geografía, UNAM, México 2003. Pag. 57 – 82.

En turismo, los factores básicos que permiten el desarrollo de un país son su legado patrimonial de riquezas naturales, arqueológicas y culturales. Sin embargo, la competitividad de un país o región reside, mas bien, en la calidad de los factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial por encima de países con un legado similar. Recursos humanos con capacitación turística, infraestructura diseñada para hacer accesibles los atractivos naturales, mercados de capitales adecuados para financiar proyectos turísticos de largo plazo niveles de seguridad personal adecuados y alta cobertura de servicios públicos de apoyo son ejemplos de ese tipo de factores especializados.

Colombia cuenta con el enorme atractivo con gran diversidad en la oferta de sus atractivos, con tendencia del turismo discrecional o individualizado y puede reflejarse como un país no privado; porque su naturaleza está al alcance de cuantos huyen de los gigantescos entornos urbanos, ofreciendo un valor inigualable a aquellas regiones que debido a sus características paisajísticas pueden ofrecer una opción diferente en lo concerniente al ecoturismo.

El turismo, una de las industrias que crece más rápido en el mundo, juega un papel importante en la economía mundial; puesto que es una industria mercantil por definición y tiene que vender un producto. En el caso del "ecoturismo", ese producto es el medio ambiente y en la carrera por ganar la competencia ante sus rivales, muchos agentes de turismo tratan los ambientes sin ningún miramiento, la entrada incontrolada de numerosos turistas guiados por agentes de turismo inescrupulosos, está provocando una rápida destrucción de las áreas naturales de todo el mundo. Los turistas no podrán tomar conciencia de su responsabilidad en la destrucción de los recursos y comprender el impacto que su visita provoca, a menos que estén bien informados.

En consecuencia, con pocos los estudios realizados al respecto en Colombia este tipo de investigaciones se han realizado desde el enfoque de la economía y ciencias afines, ignorando la relación existente entre la actividad del Turismo y la dinámica territorial; a lo largo y ancho del territorio nacional encontramos varios casos en donde los estudios solo se han enmarcado en determinar datos cuantitativos en cuanto a la disponibilidad de lugares, hoteles, etc.; sin determinar la esencia real de la dinámica espacio - turismo.

En un mundo dirigido hacia la globalización podría parecer que la demanda local es de menor importancia, pero la evidencia demuestra lo contrario. Las empresas más competitivas invariablemente cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo, situación que puede verse en productos como las gaseosas, comidas rápidas, etc.

En la industria turística, la demanda está formada tanto por los turistas nacionales como los extranjeros que visitan el país. En esta industria, en vez de exportar productos, con los consumidores los que se movilizan hacia los atractivos

turísticos. Lo relevante de la calidad de la demanda, en el modelo conceptual propuesto, es el nivel de exigencia a que esté sometida una industria de parte de los clientes que atiende en forma directa. Por consiguiente, debe analizarse el volumen y tendencia de crecimiento de la demanda, su origen y grado de segmentación, pero fundamentalmente los gustos, exigencias y grado de sofisticación de los turistas que visitan un destino.

Para tal efecto, se cita un estudio en el cual, se presenta una breve caracterización del departamento del Meta y su capital Villavicencio, en el que se analizan de manera general algunas variables económicas como son: El comportamiento del Producto Interno Bruto departamental y del sector y su respectiva comparación con el nivel nacional, tomando para el efecto como el más representativo, el de comercio, restaurantes y hoteles. La inversión privada orientada hacia el sector, medida a través del movimiento de sociedades registradas ante la Cámara de Comercio. Las estadísticas relacionadas con el flujo vehicular y de pasajeros desde y hacia el departamento, para finalizar el documento con la presentación y análisis de la infraestructura y capacidad hotelera en Villavicencio y los principales municipios. Sobre la importancia del sector basta resaltar su dinámico papel como agente multiplicador de otras actividades económicas complementarias. Los desarrollos viales, en los que se destaca la construcción y modernización de la carretera Villavicencio - Bogotá, así como el crecimiento de condominios habitacionales y turísticos en las áreas rurales del departamento por parte de inversionistas privados y de algunas Cajas de Compensación Familiar de Bogotá, y la constitución y adaptación de fincas para el desarrollo del agroturismo y ecoturismo, proyectan al departamento del Meta como un destino turístico apetecido por sus factores de novedad, cercanía y clima, entre otros³³

En el Departamento del Cesar, se viene adelantado un estudio en La Ciénaga de Zapatosa³⁴ tendiente a explorar los recursos turísticos existentes: ecológicos, playas e islas, actividades y deportes acuáticos, eventos religiosos y culturales, artesanías y variedad gastronómica; para promocionar a Chimichagua como destino turístico y propiciar el crecimiento económico. Hasta el momento se han desarrollado en asocio con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, tres talleres tendientes a la creación y fortalecimiento de la cadena productiva del Turismo, lo mismo que la consecución de 40 posadas nativas que servirán para incrementar la oferta hotelera en el complejo cenagoso de la Zapatosa que es el lugar destinado para implementar el proyecto de turismo sostenible, involucrando las ciénagas, islas, playas, manglares y playones.

³³ GONZÁLEZ BOTTÍA, Hernando. El turismo como alternativa de desarrollo para Villavicencio y el departamento del Meta. Banco de la República. Villavicencio. 2004.

³⁴ En: <http://chimichagua-cesar.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m-f1--&m=T>

³⁴ Alcaldía Santiago de Cali. Plan Estratégico Municipal Para el Turismo en Santiago de Cali PEMTUR 2005-2015. 2005.

La Alcaldía de Santiago de Cali mediante la elaboración de un plan estratégico municipal de turismo³⁵ identificó la realidad del turismo receptivo en el Sur Occidente Colombiano que facilite el aprovechamiento de los diversos atractivos naturales, culturales y económicos que tiene el departamento del Valle del Cauca, en el contexto de una estrategia turística desde Cali, su capital. Si bien estas estrategias recogen experiencias de otros Estados, Regiones y Ciudades que han asumido el turismo como un emprendimiento paralelo a los nuevos desarrollos del Comercio Internacional, coadyuvando a la motivación estratégica y al redireccionamiento financiero de muchos empresarios e inversionistas privados, que carecen de una información confiable sobre las posibilidades turísticas y de negocios que puede tener Santiago de Cali. Según éste diseño, denominado "Estrategia Anfitrión", se profundiza en las estrategias y programas técnicos, tendientes a posicionar a Cali modelo de Turismo receptivo, a partir de su Patrimonio Natural, Cultural y Económico; por lo tanto, ayuda a precisar los inventarios del transporte los atractivos y las facilidades turísticas, el liderazgo social y la eficiencia institucional, que son las condiciones que requiere la demanda de mercado para el nuevo turismo.

El carácter único del fenómeno turístico en la frontera Sur de Colombia, es causa de que los planteamientos tradicionales y convencionales del turismo sean insuficientes para interpretar tal actividad económica en esta región del país; consecuentemente, se considera que es necesario hacer algunas precisiones conceptuales acerca del tiempo libre, la recreación y el propio turismo; si bien, no existen estudios que demuestren el estado y condiciones exactas que propicien en la región una mejor explotación turística del territorio.

El carácter único del fenómeno turístico en la frontera sur de Colombia, es causa de que los planteamientos tradicionales y convencionales del turismo sean insuficientes para interpretar tal actividad económica en esta región del país; consecuentemente, se considera que es necesario hacer algunas precisiones conceptuales acerca del tiempo libre, la recreación y el propio turismo.

5.3. MARCO LEGAL

Con la adopción de una nueva Carta Política en Colombia, a partir de Julio de 1991, el ocio, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre alcanzaron la naturaleza y carácter de derecho autónomo, independiente, no originado como antes en el trabajo, para todos los colombianos y con un Estado obligado a su fomento³⁶. En el caso de los niños, éste logró el rango de derecho fundamental³⁷,

³⁶ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Constitución Nacional de 1991. Artículo 52.

³⁷ Ibid. Artículos 44 y 52.

condición que la Jurisprudencia extendió a toda edad humana³⁸ y luego lo hizo así el Acto Legislativo 02 de 2000, para toda la comunidad colombiana.

Es válido entonces afirmar que se ha producido un cambio de raíz, un nuevo descubrimiento, una epifanía para la sociedad colombiana, pues lo que era ya de uso corriente en organizaciones políticas y sociales de países europeos, comienza a serlo ahora en el ámbito constitucional colombiano.

Ya el ocio bajo cualquiera de sus fórmulas de ejercicio, no es coto reservado con exclusividad a quienes ejerzan una actividad laboral remunerada, ni consecuencia del trabajo, ni mecanismo de choque entre clases privilegiadas y deprimidas, sino que se constituye en algo propio del ser colombiano, innato al mismo, a la nacionalidad, a la condición humana. Su práctica, fomento y apoyo deben cubrir tanto al niño, como al joven, al adulto, al que ha llegado a la tercera edad, al trabajador agrario, al núcleo familiar, comunitario, corporativo, sin distinción de clase alguna³⁹.

Para los nacionales por nacimiento o por adopción⁴⁰, forma parte de sus derechos y de su integridad humana el ejercicio del ocio, la actividad recreativa y el buen uso del tiempo libre. Su práctica debe ser garantizada por el Estado. A través de los mas correctos mecanismos, su fomento constituye un deber para el Estado⁴¹ y especialmente para las entidades territoriales⁴²; el derecho de acceso a su práctica hacen parte del proceso educativo como servicio público con función social⁴³. Los mecanismos que deben adecuarse para su prestación, según lo señala hoy la Carta de los colombianos, pueden ser de estirpe pública o de naturaleza privada y tanto el Estado como los particulares tienen igual vocación para tales efectos, sin que la ley pueda crear excepciones, pues se trata de un mandato constitucional para hacer efectivo el derecho al ocio.

Del anterior y rápido examen constitucional surge en consecuencia una afirmación incontestable: a partir de la nueva Carta debe irse produciendo en Colombia una verdadera revolución legal que rediseñe el concepto nacional sobre el ocio, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, su práctica no solo dentro del contexto económico, sino también en el ámbito de los derechos sociales y fundamentales, de la nueva concepción del servicio público y de la recuperación de la verdadera práctica democrática.

Todo parece sugerir que nunca antes el proceso legislativo se había ocupado tanto de este querido tema, como a partir de la nueva Carta Política de los

³⁸ Corte Constitucional. Sentencia C-625 de 1996.

³⁹ Op. Cit. República de Colombia. Arts. 44, 45, 46, 48, 52, 64, 67, 79, 80 y 82.

⁴⁰ Ibid. Art. 96.

⁴¹ Ibid. Art. 52.

⁴² Ibid. Arts. 300, 2 y 357.

⁴³ Ibid. Art. 67.

colombianos. No es sino pensar que en el transcurso de los últimos 14 años se han dictado más leyes y decretos con fuerza de ley que directamente desarrollan los conceptos de ocio, turismo y tiempo libre que durante toda la historia legal colombiana, iniciada allá en el siglo pasado.

Así, mientras durante las décadas de los setenta y de los ochenta, la fuerza y desarrollo normativos del tiempo libre le fueron entregados, casi que exclusivamente a Coldeportes y a la Corporación Nacional de Turismo de Colombia para las instituciones de su competencia, hoy por hoy, quien toma la iniciativa es el Congreso de la República y el Gobierno Nacional, bien con facultades constitucionales especiales o en uso de sus atribuciones ordinarias.

El mismo diseño de la reestructuración del Estado que ocurrió con el artículo 20 transitorio de la Constitución del 91, sugiere reforzar su participación social y al contrario de lo ocurrido en épocas pretéritas, entrega también a la salud, a la educación, a la cultura, de una y otra manera los temas del ocio y del aprovechamiento del tiempo libre, dejando en manos del particular la consideración económica de este fenómeno, pero asegurando a través del proceso legislativo y de las funciones de los gobiernos nacional y territoriales, la efectividad de los derechos sociales sobre estas materias.

La ley 181 de 1995 del Deporte, la Recreación y el aprovechamiento del Tiempo Libre, la Ley 300 de 1996 o Ley de Turismo, la Ley 375 de 1997 de la Juventud y la Ley 397 del mismo año, ley de la Cultura, desarrollan el derecho al uso del tiempo libre, al ocio y a la recreación, dentro de un contexto que mira antes que el extranjero, al colombiano, lo mismo dígame de la Ley Orgánica 715 de 2001 que Instaura el Sistema General de Participaciones, en lugar del Situado Fiscal (anterior Ley Orgánica 60 de 1993), de la Ley 731 de 2002, de la Ley 768 de 2002 y de la Ley 812 de 2003 o Plan Nacional de Desarrollo "Hacia un Estado Comunitario" que ejecutaba el anterior Gobierno. El problema reside en que esta última normativa tal vez viene siendo recortadamente interpretada en detrimento y con abandono culpable de lo que debería ser su función primordial en este campo: hacer del ocio, del aprovechamiento del tiempo libre un instrumento de la democracia y de la paz, un derecho social para el que hay que educar como lo ordena la Carta Constitucional⁴⁴, un componente fundamental de la formación integral de la persona y una acción del estado y de la comunidad como participante dentro de un Estado Social de derecho que obligatoriamente debe estar presente como protagonista de la construcción del "hogar público".

Un Plan indicativo de formación y capacitación en Turismo y en el uso creativo del Tiempo Libre, tiene pues no sólo cabida, sino exceso de fundamento en nuestro constitucional Estado Social de Derecho.

⁴⁴ Ibid. Arts. 52 y 67.

5.3.1. Prestadores de servicios

De acuerdo con la ley 300 de 1996 del turismo, el sector turismo está conformado por un sector oficial, un sector mixto y un sector privado y por el subsector de la educación turística formal.

El sector oficial está integrado por el Ministerio de Desarrollo Económico, sus entidades adscritas y vinculadas y las entidades territoriales, así como las demás entidades públicas que tengan asignadas funciones relacionadas con el turismo, con los turistas o con la infraestructura.

El sector mixto está integrado por el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística y el Comité de Capacitación Turística.

El sector privado está integrado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico existentes y las que se creen para tal fin.

El subsector de la educación turística formal, en sus modalidades técnica, tecnológica, universitaria, de postgrado y de educación continuada es considerado como soporte del desarrollo turístico y de su competitividad.

Por otra parte el Registro Nacional de Turismo, hace una clasificación de los prestadores de servicios turísticos, a partir de la obligación que estos tienen de registrarse⁴⁵:

- ✓ Agencias de Viajes y Turismo, Agencias Mayoristas y Operadores de Turismo.
- ✓ Establecimientos de alojamiento y hospedaje.
- ✓ Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- ✓ Arrendadores de vehículos.
- ✓ Oficinas de Representaciones Turísticas.
- ✓ Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
- ✓ Empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
- ✓ Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares calificados por el gremio respectivo como establecimientos de interés turístico.
- ✓ Los guías de turismo.
- ✓ Las empresas captadoras de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados.
- ✓ Los establecimientos que presten servicios de turismo de interés social.
- ✓ Las empresas que prestan servicios de Ecoturismo, Enoturismo, Agroturismo, Acuaturismo y Turismo Metropolitano.
- ✓ Los demás que el Gobierno Nacional determine.

⁴⁵ Congreso de la Republica de Colombia. Ley 300 de 1996. Art. 62.

Los prestadores de servicios turísticos se encuentran asociados así:

ANATO: Asociación Nacional de Agencias de Turismo, reúne agencias de viajes.

COTELCO: Asociación Hotelera de Colombia, asocia a los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

ASTIEMPO: Asociación Colombiana de Tiempo Compartido, con las empresas de tiempo compartido.

ACODRES: Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, reúne a los establecimientos de gastronómicos.

ALAICO: Asociación de Líneas Aéreas Internacionales de Colombia, asocia a las líneas aéreas de carácter internacional.

ATAC: Asociación de Transportadores Aéreos, reúne a los transportadores de manera general.

6. METODOLOGÍA

6.1. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Mediante la presente investigación, se pretendió obtener información lo suficientemente fiable para su utilización como instrumento eficaz en el desarrollo de las diferentes acciones de planificación y fomento turístico.

Para lograr este objetivo, la metodología de trabajo propuesta es la siguiente:

- ✓ Análisis de la documentación existente y de los antecedentes.
- ✓ Investigación en campo.
- ✓ Análisis integrado de los antecedentes con la investigación en campo.

Se buscó oportunidad en la presentación de los resultados, de forma que los mismos resulten de valor para la toma de decisiones de las instituciones públicas y privadas del sector; así como también, en cuanto a confiabilidad que genere aceptación de los resultados.

El trabajo de campo estuvo complementado por dos tipos de encuestas que permitieron captar la información necesaria para conocer el estado de situación del turismo en la ciudad de San Juan de Pasto; aplicadas tanto a instituciones como a la población en general.

Algunas de las temáticas a tenerse en cuenta para dichos cuestionarios incluyeron información como:

- ✓ Entradas al país de visitantes.
- ✓ Salidas de visitantes al exterior.
- ✓ Número de visitantes en el turismo interno.
- ✓ Estadía de los visitantes.
- ✓ Número de establecimientos de alojamiento.
- ✓ Tarifas de los establecimientos de alojamiento.
- ✓ Ventas (producción) de los establecimientos que ofrecen productos característicos del turismo.
- ✓ Empleo en los establecimientos que ofrecen productos característicos.

Con lo anterior y por medio de las encuestas se pudo obtener información personal de acuerdo con los siguientes clasificadores:

- ✓ Forma de turismo (interno, receptor, emisor).
- ✓ Tipo de visitante (turista, excursionista).

- ✓ Tipo de nacionalidad (nacional, extranjero).
- ✓ Nacionalidad.
- ✓ Medio de transporte.
- ✓ Período de tiempo.
- ✓ Motivo del viaje.
- ✓ Localidad de destino/zona turística.
- ✓ Sexo y edad.

6.2. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación estuvo enmarcada dentro de la modalidad de proyecto Descriptivo de Campo, ya que permitió realizar un análisis de variables en la ocupación y uso, descripción y situación actual dentro del Municipio de Pasto como unidad territorial respecto a las actividades antrópicas que se realizan dentro de éste.

En consecuencia de lo anterior, el estudio se realizó a través de dos fases comprendidas como: Diagnóstico y Diseño del proyecto; las cuales se definen a continuación:

6.2.1. Fase I: Diagnóstico

Esta fase permitió la recopilación de información secundaria tanto estadística como documental y cartográfica, por medio de instituciones como el IGAC, la Oficina de Turismo de Nariño, Alcaldía Municipal de Pasto, DAS, etc.; al igual que información primaria respecto al establecimiento y sondeo de necesidades y potencialidades del consumo y producción del turismo y con ello realizar su respectivo análisis en la fase siguiente. Obedeciendo a lo anterior, se realizó un minucioso trabajo de campo que permitió constatar la información obtenida de manera más precisa.

La información se levantó por medio de un instrumento estadístico o encuesta estructurada, dirigida a la población involucrada u objeto de estudio al igual que instituciones de diferente índole que ofrecieron información pertinente y veraz y que a su vez sean las responsables de la gestión y manejo del turismo dentro de la jurisdicción de la Ciudad de San Juan de Pasto.

La información obtenida a través del instrumento fue tabulada manualmente para ser procesada mediante el programa informático Microsoft Excel, para obtener la tabla de frecuencia absolutas y porcentajes para cada ítem y su correspondiente gráfico.

Con lo anterior, podrán establecerse los diferentes niveles funcionales que ofrece para el turismo el Municipio de Pasto en cuanto a: servicios bancarios, centros

comerciales, salas de arte, salas de cine, estadios, paisajísticos, ecoturísticos etc.; al igual que los bienes y servicios que se prestan en la región.

6.2.2. Fase II: Diseño del Proyecto

Compilada y procesada la información en la fase anterior, se analizó con el fin de plantear elementos de juicio en la toma de decisiones de la planificación en cuanto a la estructura territorial que presenta el Municipio de Pasto frente a la actividad turística; permitiendo así, el desarrollo y diseño de estrategias en términos de enfoque, criterios y procedimientos de acción en cuanto a las recomendaciones dirigidas al manejo territorial del turismo en esta región, apoyado por herramientas SIG que mediante el cruce cartográfico ofrecerán mayor claridad al respecto.

7. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El Municipio de Pasto, es el eje vertebrador que permite la dinámica turística del Departamento de Nariño, disminuyendo la dicotomía entre las tres grandes zonas bien diferenciadas, la costa, la sierra y la amazonía, permitiendo la integración regional con todo el Departamento de Nariño.

Los principales atractivos de la región, detectados en el presente estudio, se pueden dividir en: características biofísicas y características culturales.

7.1. CARACTERÍSTICAS BIOFÍSICAS

La existencia de tan diferentes ecosistemas en una sola región, como serían: el nival, el páramo, las estribaciones de la selva amazónica y la llanura del Pacífico, la biodiversidad en bosques, con vegetación, fauna, paisajes, ríos, lagunas, termas, cavernas, etc.

La declaración de cuatro áreas naturales protegidas del orden nacional, dos del orden departamental y, más de 200 reservas de la sociedad civil; con una alta biodiversidad en cuanto a flora y fauna.

7.2. CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES

Existencia de Cabildos indígenas, con identidad cultural, costumbres, y hábitos ancestrales, etc.; que están en transición entre lo ancestral y lo moderno. Algunas de ellas con ciertas iniciativas de fomento del turismo en sus resguardos.

La existencia de una población en su mayoría de mestizos dedicados al comercio, la burocracia, la ganadería, la agricultura, carentes de tecnología, sin visión empresarial, tradicionalistas y muy paternalistas.

Diferentes áreas arqueológicas conformadas por petroglifos con alta simbología.

En consecuencia, se estructuraron sitios y destinos turísticos, con un alto potencial de competitividad para los mercados nacional e internacional:

7.2.1. Región Pacífica

- ✓ Pluriétnica y pluricultural
- ✓ Pacífico biogeográfico
- ✓ Ecosistemas marinos y de manglar
- ✓ Ecosistema del guandal como potencial forestal
- ✓ Parque Natural Nacional Sanquianga

- ✓ Pié de monte costero, reservas de la sociedad civil: reserva natural La Planada, Nambí y Biotopo.
- ✓ Isla de Tumaco
- ✓ Isla del Morro
- ✓ Playas de Bocagrande, Papayal, estero, Vaquería.
- ✓ Bahía mulatos

7.2.2. Región Andina

- ✓ Región binacional con presencia de diversas comunidades indígenas
- ✓ Áreas protegidas: Parque Natural Nacional Volcán Doña Juana, Santuario de Flora y Fauna Volcán Galeras
- ✓ Páramos y volcanes Chiles, Cumbal, Azufral, Doña Juana, Bordoncillo, Morasurco, Patascoy, Las Obejas, etc.
- ✓ Ecorregión del Macizo Colombiano

7.2.3. Región Amazónica

- ✓ Presencia de etnias
- ✓ Áreas protegidas: Santuario de Flora Isla Corota
- ✓ Alta biodiversidad: Laguna de La Cocha, humedal RAMSAR
- ✓ Paramos más bajos del mundo: Azonales de La Cocha.

7.2.4. Otras Potencialidades

- ✓ Talento Humano
- ✓ Artesanías
- ✓ Ubicación estratégica
- ✓ Arquitectura religiosa
- ✓ Patrimonio histórico y cultural
- ✓ Carnavales de negros y blancos

7.3. DATOS TURÍSTICOS:

Así pues la región posee un potencial turístico que actualmente ya se está aprovechando, creando así una ocupación del 9.9% de la población activa⁴⁶. A continuación se presenta un cuadro comparativo de la situación del Departamento de Nariño respecto a la nación.

⁴⁶ DNP. Agenda Interna Para La Productividad y La Competitividad, Departamento de Nariño.

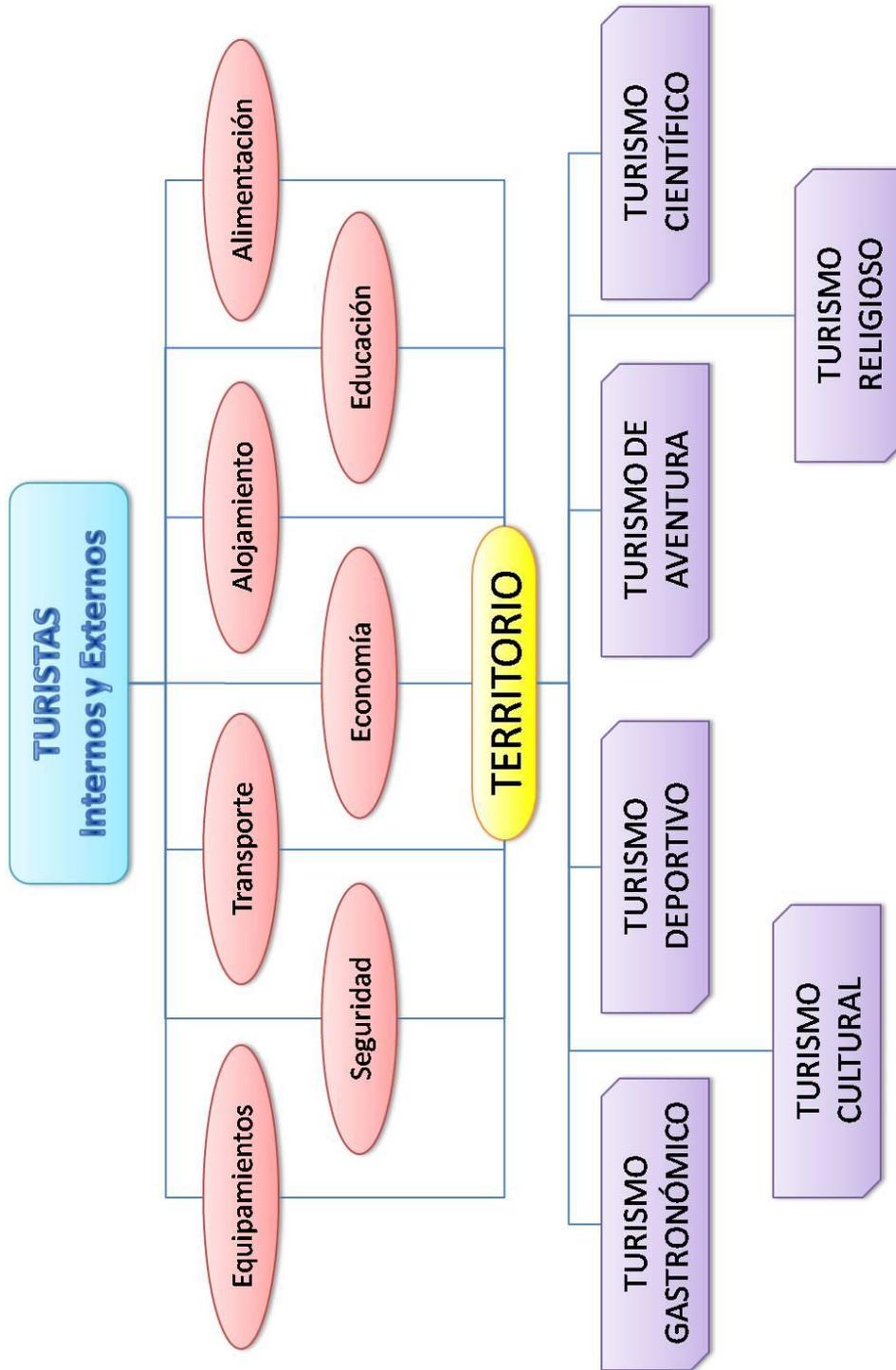
Tabla 1. Aspectos generales del Departamento de Nariño y su participación respecto a la nación

Variables e indicadores	Nariño	Nación
Extensión territorial (km ²)	33.268	1.141.748
Participación territorial en el total nacional	2,91%	100,00%
Número de municipios, 2005	64	1.100
Población (Censo 2005)	1.541.956	42.888.592
Tasa de crecimiento población (estimada 1999-2015)	1,59%	1,79%
Participación población en total nacional, 2005	3,60%	100,00%
Porcentaje población urbana (Censo 2005)	45,63%	74,35%
Porcentaje población rural (Censo 2005)	54,37%	25,65%
Participación del PIB departamental en el total nacional, 2005p	1,83%	100,00%
Crecimiento promedio PIB (1990 – 2005)p	3,84%	2,93%
PIB per cápita (\$ corrientes), 2005p	2.882.761	5.395.714
Población bajo la línea de pobreza (proyección), 2005	64,04%	49,74%
Población bajo la línea de indigencia (proyección), 2005	23,74%	15,65%
Distribución de ingreso (índice Gini ¹), 2000	0,53	0,55
Población con Necesidades Básicas Insatisfechas, 2005	43,75%	27,63%
Tasa de desempleo, 2004	9,90%	12,60%
Tasa de analfabetismo, 2001	10,03%	7,52%
Déficit porcentual de cobertura en salud (régimen contributivo y Sisbén), 2005	28,81%	29,24%

Fuente: DANE, Instituto Geográfico Agustín Codazzi, DNP-Dirección de Desarrollo Social.

En la actualidad, en el mercado turístico regional no existe una adecuada promoción y divulgación del potencial turístico que posee el Departamento de Nariño lo cual ha imposibilitado un reconocimiento de los eslabones de la Cadena Productiva del Turismo, razón por la cual este estudio hace una propuesta para el Departamento de Nariño que le permita dinamizar la economía y potencializar los atractivos turísticos naturales, culturales y humanos con que cuenta y conlleve a la identificación de los eslabones para acondicionarlos con el propósito de mejorar este sector productivo si bien, según la Gobernación de Nariño a través de la Oficina de Turismo esta actividad provee de 1742 empleos para la ciudad de San Juan de Pasto cuyo aporte al PIB es del 10.8% a través de 737 empresas, con ventas del alrededor un promedio mensual correspondiente a \$1359 millones.

FIGURA 2. Eslabones para el desarrollo del turismo



Fuente: Esta investigación.

A través de esta investigación se pudo identificar los diferentes atractivos turísticos distribuidos en diferentes escenarios o Municipios (mapa 3),; posteriormente se los clasificó de acuerdo a las diferentes modalidades del turismo teniendo como referencia además de las establecidas en la Ley 300 de 1996 “Ley General del Turismo” otras modalidades que trabajan varias regiones del mundo que les ha permitido obtener grandes beneficios. Para ello, a cada clase de turismo se le da un símbolo representativo que permite hacer una mejor clasificación. A continuación, se hace una muestra de la clasificación de los atractivos turísticos para el Municipio de Pasto y de esta misma forma se realiza para los 51 escenarios restantes del Departamento de Nariño.

Toda actividad turística se sostiene sobre un recurso. Se entiende por recurso turístico todo elemento natural, toda actividad humana o cualquier producto de la actividad antrópica que puede motivar un desplazamiento no lucrativo.

En este estudio, se opta por agrupar los recursos turísticos en tres grandes categorías:

Recursos Naturales
Recursos Culturales
Recursos Monumentales

- ✓ Recursos Naturales: Todos aquellos que tienen como atractivo un elemento natural, terrestre o acuífero, ya sea modificado o no por el hombre. Así, forman parte de este grupo los fenómenos naturales, ríos, embalses, fuentes, parajes naturales con miradores, etc. Ejemplo: la Laguna de La Cocha.
- ✓ Recursos Culturales: Elementos realizados por el hombre para el hombre, es decir, actividades donde el ser humano es participante y creador al mismo tiempo. Los subgrupos más importantes son: museos, estructura socioeconómica, entendida como la celebración de ferias y mercados, la artesanía, el folklore, las actividades culturales y deportivas, etc. Ejemplo: Museo Casona de Taminango.
- ✓ Recursos Monumentales: Todos los elementos construidos por el hombre que tengan interés por su naturaleza o por el uso al que están destinados. Los principales tipos serían la arquitectura antigua, los restos arqueológicos, el urbanismo, los monumentos y conjuntos histórico-monumentales, etc. Ejemplo: El patrimonio arquitectónico en el centro histórico de la ciudad.

FIGURA 3. Santuario de Nuestra Señora de las Lajas



Fuente: esta investigación.

7.3.1. El Municipio de Pasto.

San Juan de Pasto es conocida como la “Ciudad Teológica de Colombia” por su riqueza en monumentos religiosos, conventos y seminarios. Su arquitectura religiosa, se expresa en el diseño de sus torres, cúpulas y campanarios, que le dan a Pasto un toque de señorío y grandeza (mapa 2).

FIGURA 4. Panorámica de la ciudad de San Juan de Pasto



Fuente. Ingeominas

Así mismo, se levanta al pié del volcán Galeras, en el frío y fértil valle de Atriz. Es una ciudad donde se siente la presencia del pasado, mostrando un contraste arquitectónico sin igual con edificaciones de la época republicana y casas modernas. Se caracteriza por sus paisajes, reservas naturales y centros culturales que acogen al turista con la amabilidad y cordialidad manifiesta de su gente.

El aspecto cultural de la ciudad está enmarcado en el carnaval de negros y blancos, el barniz de pasto, arquitectura religiosa de diferentes estilos, museos, bibliotecas y centros educativos. El teatro Imperial de la Universidad de Nariño es un sitio de interés de la ciudad que dan fe de la cultura regional.

Pasto, tiene otra denominación, "La Ciudad Sorpresa". Nombre dado por innumerables y sorprendentes historias; narraciones que vienen desde la Colonia y la Independencia, logrando convertirse en una de las ciudades más importantes del país; puesto que es desconocida como tal y al llegar a ella, se encuentran con una majestuosa ciudad, llevándose un gran sorpresa.

El nombre del municipio y de la ciudad se origina en el pueblo indígena de los Pastos, o gente de la tierra, que habitaba el Valle de Atriz a la llegada de los conquistadores españoles, obteniendo de ello el gentilicio de pastuso(a), pástense.

Fundada en 1539 por el capitán Lorenzo de Aldana, inicialmente por Sebastián de Belalcázar en el año de 1537 con el nombre de Villaviciosa de la Concepción en el sitio que en la actualidad se encuentra la población de Yacuanquer. Fue trasladada el 24 de junio de 1540 a su actual ubicación por Pedro de Puelles, con el nombre de Villaviciosa o San Juan de Pasto.

La ciudad desde la época de la colonia se ha configurado como centro administrativo, cultural y religioso de la región. En 1904 con la creación del departamento de Nariño, la ciudad es nombrada su capital.

En tiempos precolombinos el territorio fue habitado por los grupos indígenas Quillacingas, Pastos, Iscuandés, Tumas Y Telembías; algunos hicieron parte del gran imperio Inca. El primer conquistador que ingreso al territorio fue Pascual de Andagoya, él recorrió las costas del Pacífico. Francisco Pizarro inició la conquista del Perú ingresando por Tumaco en 1525. En 1535, Juan de Ampudia, Sebastián de Belalcázar y Pedro de Añasco exploraron las áreas montañosas de Nariño, quedando el territorio bajo el dominio de Sebastián de Belalcázar.

Entre los principales atractivos turísticos del Municipio de Pasto encontramos:

- *Volcán Galeras*: Hace parte del denominado Complejo Volcánico Galeras; Localizado en el departamento de Nariño, específicamente en el nudo de los pastos. Tiene una altura de 4276 m.s.n.m. En su parte alta se ubica el Santuario de Flora y Fauna.

FIGURA 5. Santuario de flora y fauna volcán Galeras



Fuente: Esta investigación.

- *Laguna de la Cocha*: Conocida también como El Encano debido al corregimiento y población que se implanta en la rivera norte del lago, a 27 km de Pasto y se ubica a 2.760 sobre el nivel del mar. En el centro de la laguna emerge una isla de reserva vegetal denominada Santuario de Flora Isla Corota.

FIGURA 6. Laguna de La Cocha, Isla La Corota



Fuente: Esta investigación.

FIGURA 7. Mapa 2. Actividades comerciales y turísticas en la Ciudad de San Juan de Pasto.

Fuente: DANE, Cámara de Comercio, esta investigación.

- *Chimayoy*: Centro Ambiental, cuyo nombre significa ir al encuentro con el sol, está ubicado a 4 Km de Pasto, sobre la vía panamericana.

De acuerdo a la cultura encontramos los siguientes:

- Cuna de grandes artistas plásticos, como los pintores Isaac Santacruz, Manuel Guerrero Mora, y Carlos Santacruz.
- Se destaca también por su música tradicional, innumerables agrupaciones, amenizan reuniones y fiestas interpretando boleros y música colombiana como bambucos o pasillos. La ciudad es cuna de numerosos compositores de renombre nacional como de Maruja Hinojosa de Rosero y Raúl Rosero.
- La mayor manifestación cultural de los pastusos son las artesanías, a través de la elaboración de utensilios de madera tallada y cubierta con una resina obtenida del fruto de un arbusto de la selva andina, llamado Mopa - Mopa; utiliza una técnica refinada manual que data del periodo prehispánico, conocida como Barniz de Pasto; así mismo el enchapado o taracea en tamo de madera. El refinamiento alcanzado permite obtener objetos utilitarios o decorativos de gran belleza y mérito artístico que trascienden lo artesanal.

FIGURA 8. Artesanías en barniz de Pasto y enchapado en tamo.



Fuente: Esta investigación.

- Encuentro Internacional de Culturas Andinas: una experiencia sorprendente que ahonda en las diversas corrientes del pensamiento andino y enriquece la reflexión del sentido armónico y espiritual con el cosmos.

La capital tiene costumbres que difieren de las del centro del país. Como la práctica de la Chaza, es un juego de pelota muy antiguo y como deporte típico. Es una variedad de tenis con ciertas variantes surgido en Sudamérica.

Entre las fiestas más representativas encontramos el carnaval de negros y blancos es la más tradicional e importante, celebrado los días, 2, 3, 4, 5 y 6 de enero de cada año, en los cuales sobresale el valor simbólico de la familia Castañeda, la auténtica manifestación del sentimiento del pueblo nariñense y esa gran riqueza histórica y artística que se aprecian en estas festividades. En la actualidad galardonado como patrimonio Histórico de la Nación y patrimonio inmaterial de la humanidad por la UNESCO.

Las festividades se inician el 28 de Diciembre “el día de los Inocentes”, es un día ecológico destinado a apreciar el medio ambiente a través de la recreación deportiva y cultural de las personas. Hasta hace pocos años este día era conocido como “día del agua”. Esta tradición consistía en arrojar agua mutuamente hasta quedar empapados. En esta fiesta surge y brota el humor pastuso, donde los habitantes de la ciudad se recrean intercambiando bromas, con una originalidad propia de su idiosincrasia.

El 31 de Diciembre se conmemora con el “Tradicional desfile de Años Viejos”; esta tradición nariñense, data de los años treinta, acontecimiento en el que se personifican las penurias y las alegrías del año que termina. Así vemos desfilar a personajes de la vida local o nacional, situaciones incomprensibles y alegorías impregnadas de gracia y burla.

Iniciando el año, el 2 de Enero se celebra el día de las Colonias que se han congregado en la capital nariñense. La fiesta se desenvuelve en las principales calles de la ciudad. En el desfile participan personajes procedentes de los distintos municipios de Nariño, representando sus tradiciones y costumbres. El desfile se termina con la presentación de las diferentes bandas municipales del departamento, en la plaza de Nariño.

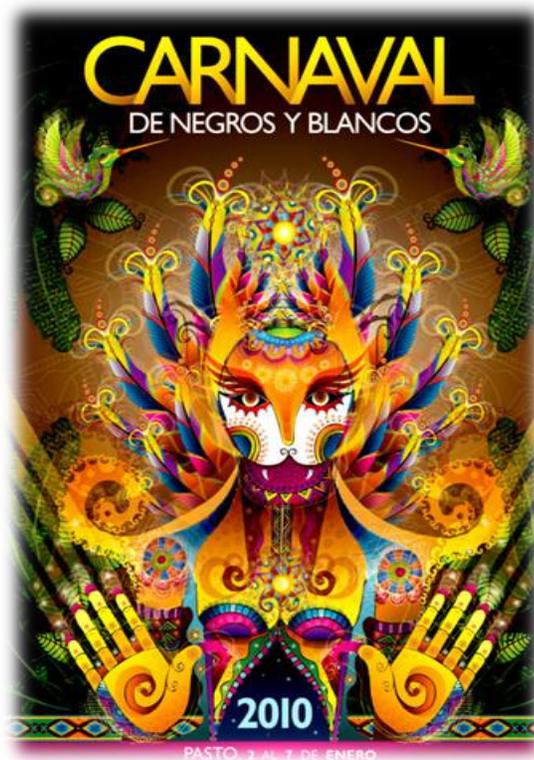
EL carnaval emprende el 3 de enero su decisiva marcha con el “Día de la Juventud” o “Carnavalito”. Este día se ha instituido para que los niños, emulando a sus mayores artesanos demuestren su ingenio y creatividad, a través del desfile de pequeñas murgas y carrozas en miniatura.

El 4 de Enero se ha establecido como la antesala de nuestro carnaval. A través del tiempo y desde 1928, este día se conoce como el desfile de la Familia Castañeda, de quienes se afirma regresaba de una fallida colonización, desde el putumayo. El recorrido se hace a pie y en carretas, cargando utensilios tales como baúles, canastos, puros, petacas, sillas, cafeteras y múltiples animales de granja, en una singular composición que dio origen al desfile que hoy los recuerda, además este desfile se abre como un espacio de participación a la familia campesina, como símbolo del trabajo y expresión de la identidad regional.

El 5 de enero “Día de los negros” se da inicio al clímax del carnaval. La celebración rememora el año en el que las comunidades negras solicitaron al rey de España un día de asueto, descanso y libertad, el cual se les otorgó el 5 de enero de 1607 para realizar su fiesta. Desde entonces, año tras año, este acontecimiento ha ido creciendo, vinculando a comunidades blancas y mestizas, quienes pintan su rostro de color negro. Hoy en día, todo un pueblo acompañado de visitantes y turistas se pinta de negro, bajo el ritual de la “pintica” en una fiesta multitudinaria y popular llena de música y colorido en todo lo ancho de las calles y parques de Pasto.

El 6 de Enero “Día de los blancos” se ha convertido en el acontecimiento cultural más significativo de la ciudad; no sólo por su multitudinario evento central el “desfile majestuoso de carrozas”, sino por la extraordinaria oportunidad de expresión que tiene los pastusos, quienes colman las calles en una serpiente de fantasía, imaginación y alegría. El evento resalta la el ingenio de los artesanos, quienes a través de sus proyectos armonizan la técnica del papel maché, el modelado en barro, para lograr figuras escultóricas con movimiento, expresiones artísticas tradicionales e innovaciones plásticas. Es necesario mencionar que el Carnaval de Negros y Blancos es también celebrado en la mayoría de los municipios con similares características.

FIGURA 9. Afiche oficial de los carnavales de negros y blancos 2010



Fuente: Corpocarnaval.

- Fiesta de la Virgen de Lourdes en La Cocha. En el corregimiento de El Encano, el 11 de febrero se celebran actos litúrgicos y festivos en honor a la Virgen de Lourdes, a quien se rinde culto en una capilla ubicada en la isla "La Corota" situada en la laguna de la Cocha
- Fiesta de las Guaguas de pan. Fiesta agraria que se celebra el día de San Pedro y San Pablo, cada 29 de Junio, en los corregimientos de Jongovito, Genoy y Obonuco, en la cual se destacan altares con las figuras de pan llamados "castillos de guaguas de pan" a cargo de anfitriones o fiesteros.
- Pasto Tiene una variada y amplia gastronomía basada en sus productos básicos. Entre los pasabocas y manjares de Pasto encontramos: las Pambazas o pan tradicional corriente, La Allullas o pan dulce, empanadas de harina, empanadas de Añejo, Tortillas de harina o Hojaldras, Pastel de Queso hechos en hojaldre blando dulce, las orejas que son de hojaldre sólido y azúcar, berlinas o dona pastusa. Son famosos los hervidos o bebidas calientes a base de jugo de frutas, como de lulo, mora, maracuyá. Licor o chapil (guarapo). Preparados como infusión de canela o llamados también "canelazos". El champús (bebido a base de miel o melao de panela, maíz con frutas de lulo, naranjilla, piña, membrillo, etc., aromatizado con canela, clavos de olor y hojitas de naranjo, cedrón y congona
- Como platos fuertes se encuentran indiscutiblemente el famoso roedor doméstico, el Cuy o conejillo de Indias asado a la brasa. También se puede disfrutar en la Laguna de Cocha la deliciosa trucha arco-iris preparada en variadas maneras. Hay gran variedad de sopas y guisados de ollocos o melloco, ulluco, papalisa, papa lisa, ruba, chugua, ulloco u olluma, es tubérculo comestible su raíz y sus hojas; típico de la región sur del país, la república de Perú y Ecuador. Las habas se tuestan o se cocinan, sirviéndose con queso y con choclo o maíz tierno amarillo; el dulce de papayuela o chilacuán y los helados de paila (helado artesanal).

FIGURA 10. Plato de cuy



Fuente: esta investigación.

7.3.2. El Departamento de Nariño

El Departamento de Nariño, ubicado en el sur occidente del país es un atractivo turístico por excelencia, tanto para colombianos como para extranjeros. El departamento se caracteriza por la calidez y la diversidad cultural de su gente que luchan por el progreso de su región. Este territorio, se ve beneficiado por la naturaleza que lo rodea lo cual favorece la práctica Turística, que ofrece siempre una mirada innovadora y podría convertirlo en un sector competitivo a escala nacional e internacional.

El turismo manejado desde la regionalización, se realiza teniendo en cuenta las regiones geográficas, históricas, económicas, culturales comprendidas en cinco zonas: Central, Norte, Sur, Suroccidente y Costa Pacífica; donde se observa que algunos de los escenarios propicios para potencializar sus atractivos turísticos, son aquellos que se encuentran dentro de los mismos municipios.

El turismo es una actividad de poca importancia dentro de las políticas manejadas por los gobiernos locales, y menos aún como campo de conocimiento que permita la apropiación y desarrollo como sector estratégico de la economía de los pueblos. Actualmente encontramos una serie de debilidades tales como: una infraestructura no adecuada; muchos de los hoteleros que en su mayoría son empíricos, no presentan la logística necesaria para un buen manejo; hay un deterioro de los atractivos naturales y culturales por la insuficiencia en la capacidad económica para la prestación de servicios turísticos; últimamente y, debido a los problemas

de orden público se ve la necesidad de implementar planes estratégicos orientados hacia la seguridad de los turistas; se observa también, bajos niveles de formación profesional de los prestadores del servicio turístico y la inexistencia de una conciencia y cultura turística.

Más sin embargo, el Departamento posee oportunidades entre las que se destacan: situación geopolítica estratégica de estar situada en la esquina sur-occidental de Colombia y ser camino de encuentro de La Amazonia, la cultura andina y el pacífico sur, y, lo más importante, estar situada en el macizo Colombiano, de enorme potencial ecoturístico. Hoy gracias a la condición global que han generado las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la demanda en el sector turístico se ha incrementado de manera inusitada, especialmente, del denominado ecoturismo que permite la implementación del concepto de desarrollo sostenible para la región.

Estos distintos factores se están constituyendo en motivo de atención y movilización para que tanto las entidades públicas y privadas, gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y locales, las instituciones educativas públicas y privadas de todos los niveles se convoquen con el objeto de identificar al Turismo como una cadena productiva prioritaria para la región.

En los últimos años, los Gobiernos Departamental y municipal, al igual que algunas instituciones educativas, han dirigido la mirada a este importante sector; por ello, en los diferentes planes de desarrollo se están formulando políticas y estrategias que permiten desarrollar este importante renglón en la economía. En efecto, nos asiste la preocupación de la construcción del proyecto humano de regional a través de un desarrollo humano sostenible y en particular el desarrollo socioeconómico del Municipio solo es pensable si se concibe a Pasto como la capital del Departamento de Nariño, como un nodo regional de la surcolombianidad en gestión, como un punto estratégico en las relaciones propias de la globalización específicamente de las que conllevan los procesos de integración latinoamericana donde el turismo, se proyecta como una de las fuentes promisorias para la generación de recursos que permitan el desarrollo sostenible del entorno y el mejoramiento de las condiciones de vida de su población.

Entre los eventos turísticos más destacados por municipio tenemos (mapa 3):

- Guaitarilla: Fiestas de la Virgen de Las Nieves.
- El Contadero: Fiestas Municipales del Sagrado Corazón de Jesús. El Río Guaitara como atractivo turístico.
- Cumbal: Fiestas taurinas y patronales, los atractivos turísticos de los volcanes Chiles y Cumbal; además de la Laguna de La Bolsa.

- Imués: Fiestas municipales.
- Gualmatán: Fiestas municipales.
- Aldana: Fiestas Municipales.
- Consacá: Fiestas patronales de la Virgen del Tránsito, la piedra de Bolívar en la meseta donde tuvo lugar la batalla de Bomboná y el Santuario de Flora y Fauna Galeras.
- Guachucal: Fiestas patronales, artesanías fabricadas a través de telares y el altiplano de Túquerres – Cumbal.
- Pupiales: Fiestas patronales, productos lácteos y talleres artesanales.
- Túquerres: Fiestas patronales del señor de Los Milagros, carnavales de agua, carnavales de negros y blancos; la reserva natural del volcán Azufral con sus hermosas lagunas en su cima, destacándose la Laguna Verde; y, el altiplano de Túquerres – Cumbal.
- Ipiates: son muy importantes el comercio y las artesanías, entre sus fiestas se destacan, la celebración patronal de la Virgen de Las Lajas, el encuentro de tríos, el carnaval multicolor de la frontera y su onomástico en el mes de octubre. Entre sus atractivos más importantes encontramos el Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas, el Puente de Rumichaca, la visita a la ciudad fronteriza ecuatoriana de Tulcán.

FIGURA 11. Carnaval Multicolor de la Frontera (Negros y Blancos)



Fuente: esta investigación.

- Chachagüí: centro turístico destinado a la recreación familiar en donde encontramos variado tipo de centros vacacionales, el aeropuerto Antonio Nariño, el concurso de cometas, fiestas patronales y los carnavales de negros y blancos.
- Los Andes (Sotomayor): Fiestas patronales de San Juan Bautista, carnavales de negros y blancos y como atractivo el cañón sobre el Río Guaitara.
- Taminango: Fiestas patronales de San Juan Bautista, carnavales de negros y blancos; destacándose el Corregimiento de Puerto Remolino como centro recreativo, el río Patía, el río Juanambú y el río Mayo.
- Buesaco: Su principal fiesta el carnaval de los rojos, las artesanías y el río Buesaquito.
- Roberto Payán: las fiestas patronales del Señor de Payán, la pesca deportiva y como atractivo paisajístico el río Telembí.
- San Pablo: Fiestas patronales de Nuestra Señora de La Playa, las artesanías y la hidroeléctrica del río mayo.
- Arboleda (Berruecos): Fiestas patronales de San Miguel Arcángel, las artesanías y el río Juanambú.
- San Pedro de Cartago: Fiestas patronales y los talleres artesanales.
- Colón (Génova): Fiestas patronales y los talleres artesanales.
- La Unión: Fiestas de Nuestra Señora del Rosario, feria del café, feria ganadera, feria artesanal, carnavales de negros y blancos; como atractivos encontramos las fabricas de sombreros de paja toquilla y el cerro de La Jacoba.
- Belén: Fiestas municipales, talleres artesanales y de curtiembre del cuero.
- La Cruz: fiestas municipales, carnavales de negros y blancos, la cascada y termales de Tajumbina; como atractivo el Parque Nacional Natural Machete – Volcán Doña Juana.
- San Lorenzo: fiestas patronales y su atractivo el río Mayo.
- San Bernardo: fiestas patronales, carnaval de negros y blancos y como atractivo el volcán Doña Juana.

- El Tablón: fiestas patronales, carnaval de negros y blancos y como atractivo el volcán Doña Juana.
- Tumaco: Fiestas de música del Pacífico, el carnaval del Mar, entre sus atractivos encontramos las playas del arco natural del Morro, Isla del Morro, las cuevas del Morro, la Bahía de Tumaco, Isla Boca Grande.

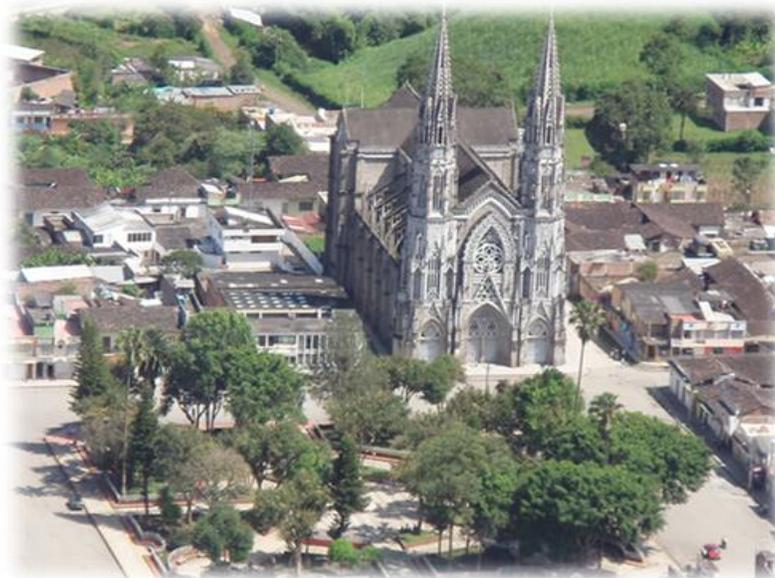
FIGURA 12. Playas y arco natural isla de El Morro



Fuente: esta investigación.

- Barbacoas: fiestas de la virgen de Atocha, carnaval de los telembíos, sus atractivos principales son los baños naturales y las artesanías en oro de aluvión.
- Ricaurte: las fiestas del señor de Kuyquer y como atractivo los baños naturales.
- Ancuya: Fiestas de Nuestra Señora de la Visitación, carnavales de negros y blancos y su principal atractivo el río Guaitara.
- Sandoná: Fiestas de Nuestra Señora del Tránsito, peña cultural Ximena Erazo, fiestas patronales de Nuestra Señora del Rosario, carnavales de negros y blancos; entre sus principales atractivos encontramos la cascada de Belén, la piedra Chura, balnearios, baños naturales, la Basílica, las artesanías y fábricas en paja toquilla y las melcochas fabricadas en base a néctar de caña de azúcar.

FIGURA 13. Panorámica del Municipio de Sandoná



Fuente: Esta investigación.

- Linares: Fiestas Municipales, carnavales de negros y blancos y su atractivo, la cueva de Linares.
- Samaniego: Fiestas de San Martín de Porres, Concurso departamental de bandas, carnaval de negros y blancos y como atractivos, Las Piedras, La Profundidad y el Arco de Piedra.
- La Florida: Fiestas Patronales de San Bartolomé, sus atractivos corresponden al Santuario de Flora y Fauna Galeras, la pesca deportiva en el río Barranco y la fabricación de productos lácteos.
- El Tambo: fiestas del Señor del Tambo (Jesús Nazareno), como atractivo encontramos baños naturales y la fabricación de rosquillas.
- Yacuanquer: fiestas municipales, carnavales de negros y blancos y, el Santuario de Flora y Fauna Galeras, donde se encuentra la laguna de Telpis.
- Tangua: fiestas de San Rafael Arcángel, carnavales de negros y blancos; entre sus atractivos encontramos el páramo del Tauso donde encontramos variadas lagunas, destacándose las de La Aguada y El Curiaco.
- Funes: fiestas patronales, carnaval de negros y blancos y como atractivo los talleres artesanales.

- Puerres: fiestas municipales, carnaval de negros y blancos y como atractivo los talleres artesanales.

FIGURA 14. Templo de Jesús Nazareno, Municipio de El Tambo



Fuente: esta investigación.

- Iles: fiesta de Nuestra Señora del Rosario, sombreros de paja.
- Sapuyes: fiesta de Nuestra Señora de la Misericordia, carnaval de negros y blancos; su atractivo principal es el cañón sobre el río Sapuyes o cañón del Chirristés.
- El Charco: fiestas patronales, y como atractivo el parque Natural Nacional Sanquianga.
- Cumbitara: fiestas patronales, carnaval de negros y blancos y como atractivo el río Patía.
- Francisco Pizarro (Salahonda): fiestas municipales, y como atractivo el océano Pacífico.
- San José de Albán: fiestas patronales de San José, carnaval de negros y blancos, su atractivo el Parque Nacional Natural Machete – volcán Doña Juana.
- El Rosario: fiestas patronales, y como atractivo los paisajes sobre el río Patía.

- La Llanada: fiestas patronales, carnaval de negros y blancos y como atractivo el río Pacual.
- Mallama (Piedrancha): fiestas municipales, carnaval de negros y blancos y como atractivo la laguna Verde en el Volcán Azufral.
- Leyva: fiestas patronales, carnaval de negros y blancos y como atractivo los paisajes en la fosa del Patía.
- Córdoba: fiestas de San Bartolomé patronales, carnaval de negros y blancos.
- Cuaspud (Carlosama): fiestas patronales, carnaval de negros y blancos.
- Santacrúz (Guachavéz): fiestas patronales de San Juan Bautista, carnaval de negros y blancos y como atractivo los baños naturales.
- La Tola: Fiestas municipales y como atractivos el estero Caimito y el parque Natural Nacional Sanquianga.
- Olaya Herrera (Bocas de Satinga): fiestas municipales y como atractivo el parque Natural Nacional Sanquianga.
- Santa Bárbara (Iscuandé): fiestas patronales y como atractivo el río Iscuandé.
- Mosquera: fiestas municipales y parque Natural Nacional Sanquianga.
- Magüí (Payán): fiestas del Señor de Payán y su atractivo el río Magüí.

En principio, las consecuencias positivas que comporta una dinámica turística gestionada correctamente, con un planteamiento sostenible y respetuoso, serían:

7.4. RESULTADOS SOCIOCULTURALES

La necesidad de adecuar las infraestructuras, de mejorar la señalización, de restaurar edificios, de mejorar la imagen exterior de algunos barrios, etc. tiene un primer efecto inmediato en la mejora de la calidad de vida de los propios residentes. De ahí que el esfuerzo que ha de hacer la Administración Pública Local en este sentido se ha de entender como una inversión con beneficio a largo plazo (por los nuevos intereses que originará la dinámica turística) y como una inversión con beneficio inmediato sobre los propios ciudadanos y, por tanto, sobre la sociedad que representan.

Mejora de la identidad y la autoestima: El hecho de mejorar el entorno, el reconocimiento exterior que significa la elección de un visitante de nuestra ciudad como destino turístico, etc. comporta un efecto intangible pero absolutamente real en forma de crecimiento del orgullo de pertenencia y de reforzamiento de la identidad de los residentes en la ciudad de San Juan de Pasto, tanto si viven en el centro como en los barrios periféricos. Esto, que en otras ciudades (como Bogotá, Cartagena, Cali) se ha producido de una forma importante, no se ha evidenciado todavía en Pasto. El desconocimiento de las propias posibilidades, de los propios recursos, es un primer factor que se ha de tener en cuenta en una dinámica de sensibilización (ideas como “Pasto, para conocerla” son, en este sentido, muy positivas). Pero será cuando arranque una dinámica propiamente turística, cuando este efecto se consolide. Los factores colectivos son fundamentales en la regeneración de la sociedad, y constituyen siempre un primer paso de cara a procesos de transformación y mejora del tejido social de un municipio o territorio.

Por tanto, se estima que este estudio puede ser una contribución hacia este proceso, que, con la aportación de todos, y con un espíritu crítico y constructivo, habría de comenzar a convertirse en realidad.

7.5. RESULTADOS ECONÓMICOS

El principal objetivo de toda actividad turística es la generación de rentas. De ahí que el papel del sector privado sea esencial. Pero las consecuencias económicas que comporta la operación de imagen asociada a la promoción turística van más allá de los resultados empresariales concretos. Dinamizar el turismo comporta la dinamización global del sector servicios, primordialmente el comercio, la restauración, la hostelería, etc., a pesar de que el comercio en Almería ya es una actividad tradicional desarrollada. También puede tener efectos positivos colaterales en el sector secundario (establecimiento de nuevas industrias atraídas por la buena imagen de un territorio) a causa de la mejora de posición global de la zona que se promueve.

7.5.1. Comportamiento económico

La ciudad de Pasto se ha convertido en los últimos años en un municipio orientado a la prestación de servicios para sus habitantes y para el resto de residentes en esta región. La región se moderniza de año en año y se ha convertido en uno de los principales productores agrícolas. Presenta una oferta turística nada desdeñable, además de contar con una interesante industria ligada a variadas actividades, también, como un significativo nudo de comunicación y transporte que aprovecha el creciente flujo humano y productivo desde y hacia el Ecuador.

El Departamento de Nariño, con su capital a la cabeza, se ha situado como la región con un crecimiento mayor en la renta per cápita. Según el Anuario Estadístico 2010 del DANE, con dos millones de pesos anuales, todavía se encontraba por debajo de la media nacional.

Como todas las sociedades desarrolladas, la tendencia actual de crecimiento de los sectores es hacia el terciario y, por tanto devendrá un crecimiento en el futuro a partir de esta natural tendencia.

De acuerdo con los datos del DANE, la ciudad de Pasto cuenta con una población activa de 63.520 personas. Por otro lado, del total de la población ocupada, 40,9% serían mujeres, por 59,1% de hombres. Por sectores de actividad, las mujeres se ocupan en su mayoría en el sector servicios, seguido de la agricultura y de la industria y construcción con una mínima incidencia. Por otro lado, los varones se agrupan en torno al sector terciario y la construcción, teniendo una mínima relevancia en los sectores primario y secundario. Así pues, se puede concluir que Pasto es una ciudad de servicios, lo que veremos más claramente en la siguiente tabla, donde recogemos el número de licencias en el municipio:

Tabla 2. Licencias otorgadas por el Municipio de Pasto.

SECTOR DE ACTIVIDAD	NÚMERO
ENERGÍA Y AGUA	4
EXTRACCIÓN Y TRANSFORMACION MINER. NO ENERGETICOS	37
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	308
CONSTRUCCIÓN	198
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOSPEDAJE	831
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	69
INSTITUCIONES FINANCIERAS Y SEGUROS	161
OTROS SERVICIOS	175
PROFESIONALES COMERCIANTES	153

Fuente: Secretaria de Hacienda, Municipio de Pasto.

7.6. INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS

7.6.1. Vías de Comunicación

El sistema de comunicaciones de una ciudad puede convertirse en su motor de crecimiento económico o sumirla en un aislamiento que disminuye este crecimiento. Ha de destacarse que el acceso de los residentes de San Juan de Pasto a infraestructuras como la vía panamericana, la vía al mar y parte de la carretera circunvalar al volcán Galeras, con sus conexiones directas actualmente, son excepcionales. Sin embargo, la conexión por carretera con otros puntos de la región son aún deficientes.

Las principales vías de entrada a la ciudad son, desde el norte, por la carretera panamericana, que sigue hasta Ipiales conectando con la frontera norte de la vecina república del Ecuador; desde y hacia el departamento del Putumayo por una carretera que actualmente se encuentra en mantenimiento y pavimentación de varios tramos; hacia el occidente con el puerto de Tumaco con una vía que como se mencionó anteriormente, se encuentra en muy buenas condiciones.

7.6.2. Transportes

En cuanto al transporte aéreo, la ciudad de San Juan de Pasto, posee en la actualidad un aeropuerto que la conecta diariamente de forma directa, con el centro y por conexión con varias ciudades del País. El aeropuerto se sitúa a 28 kilómetros de la capital, a través de la carretera Panamericana hacia el norte.

El transporte urbano se presta a través de una nueva empresa que asimiló las empresas existentes, denominada como SIT (Sistema Integrado de Transporte) es la encargada de prestar el servicio de autobús urbano en la ciudad. Para ello dispone de 20 líneas que conectan los principales puntos de la ciudad; Sin embargo se observa que aun quedan zonas con una mala conexión, por lo que se debería aumentar la red actual de líneas y paradas.

El transporte interurbano e intermunicipal en autobús establece la conexión, desde la terminal de donde parten diversas compañías que mantienen el servicio de transporte regular con todos los municipios de la región y con las principales capitales colombianas como Cali, Bogotá, Medellín, entre otras.

FIGURA 16. Transporte urbano en la ciudad de San Juan de Pasto SIT



Fuente: Esta investigación.

7.7. SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS

Pasto cuenta con una buena red de Centros de Salud que se distribuyen por el conjunto de barrios que conforman la ciudad. Cabe destacar especialmente el Complejo Hospitalario que se compone varios hospitales de nivel 1, esto es, el Hospital Universitario Departamental, el Hospital San Pedro, varias clínicas especializadas e IPS (Instituciones Prestadoras de Salud).

7.7.1. Infraestructuras básicas

San Juan de Pasto es una ciudad con buenas infraestructuras a pesar que, todavía se ha de resolver problemas de suministro de agua hacia algunos barrios localizados por fuera de la cota de servicios y finalizar tramos de la red vial básica. Algunos de los problemas más apremiantes son:

Agua: demanda de actuaciones públicas orientadas a reducir el déficit hídrico estructural, cuya respuesta se plasmó en el diseño del plan hidrológico que busca trasvasar agua desde la microcuenca Las Piedras hacia el embalse del Río Bobo y con ello surtir la demanda del recurso para la ciudad.

Vías: Pasto por ser una ciudad fundada desde la percepción europea y por una planeación incipiente en su desarrollo urbano, presenta una gran problemática de conexión vial al interior de la ciudad, por lo cual, actualmente se lleva a cabo el ambicioso plan de movilidad en el que se tratará de implementar un nuevo sistema para la ciudad, tratando de conectar y ampliar algunas calles que se establezcan como arterias viales. En general el tránsito es denso en el centro de la ciudad en determinadas horas, a causa del ancho de algunas calles que impiden un tránsito fluido. La confluencia en determinadas horas del día de vehículos particulares,

vehículos de transporte público y transporte discrecional obstaculizan el normal desarrollo de las líneas de conexión interna a través de las vías públicas

Gas Natural: Se demanda la llegada del gas natural a la región, principalmente para Pasto como opción única para estimular una mayor implantación industrial. En la actualidad se adelantan los contactos con el Ministerio de Minas y Energía que conlleve a firmar un convenio que contempla la construcción del polducto desde Yumbo (Valle) en un período a medio y largo plazo.

7.8. SEÑALIZACIÓN

La señalización constituye un elemento de vital importancia para el desarrollo turístico de un destino, que además de constituir un aspecto esencial en el ámbito de la gestión de los recursos turísticos, facilita la orientación e interpretación de los mismos al turista que los visita, contribuyendo, por tanto, a la generación de una experiencia turística satisfactoria, al permitir una adecuada interacción entre el visitante y el recurso en sí mismo.

En este sentido, y a efectos de análisis, se ha distinguido entre la señalización vial, que permite orientarse en el territorio y la señalización turística, que, por un lado, complementa a la señalización vial, por lo que facilita el consumo de los recursos turísticos del destino, y por otro lado, proporciona información y facilita la interpretación de los mismos.

La señalización en San Juan de Pasto, ubicada en las vías de comunicación es, en general, aceptable, al igual que la señalización direccional dentro del municipio. Recientemente el cambio de sentido de varias calles del centro de la ciudad, ha complicado todavía más el tráfico. Además, algunas señales están ocultas detrás de árboles o de otros elementos que dificultan su visibilidad.

Por lo que respecta a la señalización que orienta hacia los recursos turísticos, la situación es confusa, sobre todo a causa de que conviven de forma incipiente en la ciudad diversos formatos de señalización turística, instalada en diferentes momentos por diferentes instituciones. Existen incluso señales instaladas por entidades privadas (hoteles, restaurantes).

En conjunto, la señalización turística existente es inadecuada tanto en lo referente al contenido de la información (distancias, acceso, localización, etc.), como en relación a su diseño y su emplazamiento. Actualmente, la señalización interpretativa que prevalece es la que ha instalado el municipio; sin embargo, ésta comienza a ser insuficiente y requiere en muchos casos de un mantenimiento que no recibe. Asimismo, es necesario apuntar que, en términos generales, la señalización de servicios y de la oferta turística fuera del centro es deficiente.

7.9. SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

El Municipio de Pasto no cuenta con una Oficina de Información Turística que de manera oficial preste el servicio informativo a quien lo requiera, si bien existe una persona en la administración municipal que se encarga de esta temática pero este servicio se presta de una forma un tanto precaria, dada la falta de personal cualificado adscrito a ella. Sería bueno lograr convenios con SENA, por el cual estudiantes de algunos de sus programas dentro de estas temáticas, pudieran realizar prácticas no remuneradas en la oficina.

7.10. OFERTA DE ALOJAMIENTO

Pasto cuenta en la actualidad con una buena oferta hotelera, dado que dispone de cinco hoteles de categoría elevada (cuatro estrellas) así como varios de 3 estrellas, y otros muchos de dos y de otras categorías. En total cuenta con alrededor de 1278 plazas, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 3. Cupos disponibles por categoría de hotel en San Juan de Pasto

CATEGORIA	CANTIDAD	CUPOS O CAMAS
Cuatro estrellas	12	585
Tres estrellas	15	382
Menor categoría y residencias	22	833
TOTAL	49	1800

Fuente: Este estudio.

Los establecimientos de la capital ofrecen un servicio de calidad y sus instalaciones están adecuadas a las necesidades actuales de sus clientes. Algunos de ellos han realizado en los últimos tiempos renovaciones en sus establecimientos, mientras que otros incluso han ayudado a embellecer los entornos en los que se ubican sus negocios. Además de la oferta ya existente, recientemente se han inaugurado nuevos hoteles.

El tipo de clientela que nutre estos establecimientos es variada y es difícil conocer el auténtico perfil del cliente, dado que no disponemos de estadísticas, análisis de la procedencia, índices de ocupación, etc. En general se puede afirmar que acogen un buen número de hombres de negocios, comerciales, viajantes, así como residentes en otros puntos de la provincia y que se desplazan a la capital a realizar gestiones administrativas, personales, medicas, etc. Las estancias largas son puntuales y principalmente están motivadas por vínculos familiares.

7.11. LA OFERTA COMERCIAL

San Juan de Pasto es una ciudad con una oferta comercial variada y de calidad. Especialmente en el centro de la capital, en el área del centro histórico, la Avenida Panamericana y El Ejido hay una nutrida oferta comercial, con primeras marcas. Se puede observar ya en temporada alta a un buen número de turistas accediendo a estos comercios, dado que ofrecen producto de calidad y una gran variedad.

De todas maneras, el comercio tradicional del centro de la ciudad no tiene aún una orientación turística, puesto que sus horarios de apertura están totalmente enfocados a la demanda local. Los comercios permanecen cerrados, tanto el sábado por la tarde como todo el domingo, a diferencia de algunos locales comerciales de inversionistas “paisas” que han empezado a modificar el comercio en Pasto.

Aparte de la oferta tradicional minorista, existen en Almería grandes almacenes como el Centro Comercial Valle de Atriz, Centro Comercial Sebastián de Belalcazar, Centro Comercial Los Andes, Éxito, Alkosto, Unicentro (Carrefour) entre otros. Especialmente éstos últimos que están teniendo gran éxito entre la población, puesto que concentran una importante oferta de ocio y compras, atrayendo también público de otras poblaciones.

7.12. LA OFERTA DE RESTAURANTES

La gastronomía es, en términos generales, y para el conjunto de la ciudad, un producto poco desarrollado turísticamente, a pesar de que existe una amplia oferta de restaurantes donde se puede degustar una cocina basada en los productos locales, además de la gastronomía regional e internacional principalmente pescado y otros productos típicos de la huerta nariñense.

Existe aun así una interesante oferta de restaurantes de variada calidad, en la ciudad encontramos alrededor de unos 93 restaurantes, según información ofrecida por la Cámara de Comercio de Pasto; conjuntamente con la oferta de restaurantes, existe una nutrida oferta de establecimientos que ofrecen lo que se denomina “comida rápida” (fast food), compuesta por una heterogénea gama de cafeterías y bares, entre los que encontramos alguno de los referentes mundiales o nacionales de comida rápida como el caso de PRESTO.

En general se puede decir que la oferta culinaria está especializada en productos regionales, nacionales e internacionales. El nivel de los establecimientos es, en general, medio y fundamentalmente están dirigidos a la clientela local. No obstante, existen algunas excepciones de calidad que, por su nivel de oferta gastronómica, su decoración y mobiliario representan una opción interesante y diferente de la media existente.

FIGURA 17. Restaurantes y almacenes multinacionales de gran trayectoria.



Fuente: Esta investigación.

7.13. ACTIVIDADES DE OCIO

Otras instalaciones de ocio son los cines y teatros. Pasto cuenta actualmente con dos multisalas de cine. Recientemente han dejado de funcionar algunas salas del centro de la ciudad, por lo que la principal oferta de cine se localiza en la actualidad en Unicentro y Exito, que cuenta con las instalaciones más modernas junto con una oferta de restauración y ocio de importancia. Esto, junto a su buena ubicación y sus magníficas conexiones viales, están provocando un desplazamiento de la demanda desde el centro de la ciudad hacia estos centros comerciales.

Aparte de los cines existentes, San Juan de Pasto, dispone de un gran equipamiento, el Teatro Imperial. Fundado en 1924, pertenece actualmente a la Universidad de Nariño. Su creador intelectual el Señor Rafael Villota Chávez, quiso regalar a San Juan de Pasto un lugar apropiado para la cultura, idea que se plasmó con la construcción del Teatro Imperial, el cual se convirtió en el epicentro cultural de la región, siendo denominado "El Decano de los Teatros del Sur".

En 1996 fue declarado Monumento Nacional y en 1998 Bien de Interés Cultural de carácter Nacional por el Ministerio de Cultura. Uno de los principales objetivos es presentar difundir y divulgar las diferentes manifestaciones culturales, artísticas y académicas, teniendo siempre en cuenta la misión de promover al hombre como principal gestor de nuestra cultura., alberga actividades culturales como teatro, ópera, conciertos de música, ballet, congresos, etc. Sin embargo, existen otros locales o espacios donde se organizan eventos de teatro, conciertos, etc.

Según lo expresado por los entrevistados, la programación actual de teatro es abundante y responde de forma suficiente a las necesidades y a la demanda que puede tener la población, situándose la ciudad de San Juan de Pasto, como epicentro cultural de la región.

Por último, existe un conjunto de actividades populares de ocio, festivas y eventos populares y musicales que ya fueron descritos anteriormente.

FIGURA 18. Vista externa del Teatro Imperial.



Fuente: Universidad de Nariño.

Aparte de lo mencionado, en Pasto encontramos varios museos que amplían la oferta turística complementaria; entre los que se destacan:

7.13.1. Casa museo Taller Relieves EBC

De propiedad del matrimonio integrado por los esposos Elia del Carmen de Bolaños y Eduardo Bolaños del Castillo, la casa y taller Relieves EBC, está ubicada en vecindad al Teatro Javeriano (ciudad de Pasto). La edificación, de estilo republicano alberga en su intimidad los recuerdos y añoranzas de la vida de los siglos pasados. Con exquisito gusto por la decoración, la apasionante afición por la colección de antigüedades, reliquias ornamentales, utensilios, muebles, artesanías, estatuaria lítica, arte precolombino, variedad de artefactos y piezas de museo, esta familia desarrolla con esmero, actividades como anticuarios, desde hace 45 años.

7.13.2. Museo Alfonso Zambrano

Con más de medio siglo de funcionamiento, el museo taller fue creado por iniciativa del Maestro Alfonso Zambrano Payan, ilustre artista nariñense, reconocido por su destreza en el trabajo de la talla en madera. Es autor de los

Cristos crucificados de mayor tamaño en América Latina, entre ellos los que se encuentran en la Clínica de La Paz en Bogotá y en la Basílica de Nuestra Señora del Rosario en Sandoná (Nariño). Su altura supera los 7 metros incluyendo la cruz.

7.13.3. Museo Casona Taminango

Un complejo arquitectónico construido con materiales típicos de la época (siglo XVII), de tapia apisonada, empañetados preparados con estiércol de res, paja picada y arcilla amasada por bueyes, sirve de sede al Museo Taminango. De estilo colonial que se remonta a 1623, la Casona es una reliquia arquitectónica declarada Monumento Nacional, mediante Decreto N° 2000 de 1971. Conservada y restaurada por la Fundación Museo Taminango Monasco Dachis, este inmueble se convirtió en museo de Artes y Tradiciones Populares, el 14 de julio de 1989.

FIGURA 19. Museo Casona de Taminango



Fuente: Esta investigación

La casona alberga muestras del costumbrismo regional nariñense, expresado en el mopa mopa o barniz de Pasto, talla y torno en madera, los tejidos en paja toquilla, prendas de lana trabajadas en guanga y diversidad de artesanías con base en cabuya (fique), artículos de marroquinería, cacho, huesos, piezas líticas y muñequería. Se complementan con la antigüedad de la construcción, una herrería típica de los sectores rurales, una pailería y un molino de piedra que funciona por la acción de corriente hidráulica. Como una verdadera reliquia del museo, se encuentra la imprenta con tipos griegos que en vida fue empleada por el humanista y traductor Leopoldo López Álvarez.

7.13.4. Museo del Carnaval

Fue inaugurado el 20 de diciembre de 2000. Ocupa las instalaciones del Centro Cultural Pandiaco, al norte de San Juan de Pasto. Es un espacio de exhibición permanente del arte popular expresado en el Carnaval de Negros y Blancos. Los artesanos y gestores culturales involucrados en esta fiesta folclórica, encuentran en el Museo del Carnaval el sitio de encuentro con el espectáculo y con parte del jolgorio que en su momento no disfrutaron.

Las manifestaciones del Carnaval se encuentran representadas en torno a una carroza alegórica que domina el centro de la sala mayor. Los monigotes que visualizan a los años viejos, los disfraces individuales, las murgas, las comparsas, los mascarones, la Familia Castañeda, el día de negros, el carnavalito, las carrozas no motorizadas y elementos (muñecos) de las monumentales carrozas, reciben con colorido y pintoresca sonrisa a quienes visitan este lugar.

7.13.5. Museo del Oro - Banco de la República

Inaugurado en 1984, guarda con extrema seguridad, las 432 piezas se hallan distribuidas en tres salas didácticamente ilustradas para facilitar su comprensión. En el Museo del Banco de la República, además de las obras orfebres trabajadas por la cultura Piartal, se registran cerámicas, piezas líticas, de madera, en concha y tejidos con fibras vegetales, correspondientes a las culturas Tusa y Capulí.

7.13.6. Museo Juan Lorenzo Lucero

Con el propósito de inmortalizar el nombre de uno de los más insignes religiosos pastusos, el de Monseñor Juan Lorenzo Lucero, el sacerdote Jaime Álvarez, Jesuíta antioqueño, fundó en Pasto el 11 de diciembre de 1974 el Museo Juan Lorenzo Lucero, al que denominó "el templo de la Historia pastusa". De Monseñor Juan Lorenzo Lucero se conoce que nació el 10 de agosto de 1635. Su formación como pastor de la Iglesia Católica la acredita la Compañía de Jesús a quien representó con honores como Obispo de Quito y de Popayán en el siglo XVII. Una gran labor apostólica acompañó su vida que la entregó al servicio de la comunidad. Quito fue testigo de su deceso el 14 de octubre de 1714. Desde su fundación, el Museo Juan Lorenzo Lucero funciona en una casona levantada en tapia apisonada y cubierta con techo de teja de barro cocido. La casona, que se levanta en la esquina que intercepta la calle 18 con la carrera 29, se conoce como Casa Mariana. El museo, distribuido en siete salas, celosamente guarda los secretos de la vida citadina de la sociedad pastusa. La Capilla hospeda obras religiosas talladas por los imagineros españoles y artesanos de la escuela quiteña.

7.13.7. Museo Luciano Rosero

Su propietario don Luciano Rosero, el 2 de mayo de 1983, permitió el acceso a su casa-museo ubicada en el barrio Centenario, al público interesado en conocer sus colecciones y curiosidades antiguas. El museo Rosero está organizado por temáticas que contienen variedad de colecciones que compilan: arte regional, arte religioso, etnografía, arqueología, numismática, historia natural, filatelia y tradiciones populares. Don Luciano Rosero pertenece, en calidad de miembro honorario al American Biographical Institute; ABI, reconocimiento que recibió por su invaluable aporte en beneficio de la educación y la cultura de la ciudad y su entorno. Gran cantidad de los objetos que hacen parte del Museo Rosero pertenecen a las comunidades indígenas del Putumayo como La Kamentzá y Cofán. Así mismo, cuenta con un vasto muestrario de aves, reptiles, insectos y animales del habitat amazónico.

Entre los artefactos curiosos, ya en desuso, el museo exhibe un equipo telegráfico que funcionó con clave Morse, una despulpadora de anís proveniente del municipio de San José y un molino hidráulico para procesar trigo, que tiene una antigüedad de 200 años.

7.13.8. Museo Madre Caridad Brader

Las Hermanas Franciscanas de María Inmaculada administran con especial cuidado las piezas, objetos, obras y enseres que, aproximadamente, desde 1935 coleccionó la Madre Caridad Brader, que a la fecha, es uno de los museos mejor conservados, clasificados y organizados de San Juan de Pasto. Le correspondió a la Madre Aquilina Wernle, quien oficiaba como Superiora General de la Congregación, guardar con esmero las prendas y objetos de uso personal de la madre Caridad, y otro tanto hicieron las Hermanas Franciscanas con los lúcidos escritos de contenidos espirituales. Fue en 1949 cuando se determinó clasificar, seleccionar y organizar los objetos del museo; esta paciente labor la asumió durante 38 años la Madre Amanda Leuppi.

En 1987, en el bosque que pertenece a los predios de la Universidad Mariana en la ciudad de Pasto, fue descubierto un cementerio indígena que aportó numerosas piezas para el crecimiento del museo. El Museo Madre Caridad Brader, entre sus propósitos pedagógicos, ofrece visitas guiadas con el apoyo de recursos didácticos y audiovisuales, así mismo, periódicamente se programan talleres dirigidos con temáticas inherentes al conocimiento arqueológico e historia de nuestros pueblos. Nueve secciones conforman el Museo Madre Caridad, entre las cuales se distribuye todo el componente de objetos y artículos exhibidos. En la sección de arqueología se muestran las piezas de cerámica de varias culturas entre ellas, Calima, Ecuador, provincia de Obando, Las Lajas, Patía y Cauca, Pupiales, Putumayo, San Agustín, Potosí, Perú y Pasto.

La sección etnográfica presenta utensilios de la ritualidad indígena, para el culto y el uso espiritual, joyas y ornamentación indígena, instrumentos musicales, armas, tejidos y cestería. Los textos en alemán, en francés y en español del siglo pasado se clasifican en la sección de bibliografía. En la sección de folklore se incluyen muestras de arte popular, manualidades, herramientas, elementos utilitarios, mapas, banderines, juegos de azar y otros. El museo se completa con las secciones de mineralogía, botánica, zoología y bellas artes.

La sección que reviste mayor importancia es la denominada Beata Madre Caridad Brader, en donde las prendas, muebles, retratos, libros y fotografías permiten imaginar, en retrospectiva, la vida y obra de la benefactora en nombre de quien se bautizó este bello e interesante Museo.

7.13.9. Los Templos Religiosos

Las Iglesias antiguas de la ciudad de San Juan de Pasto son depositarias de una larga historia. En su recinto vivieron los abuelos importantes páginas de su vida. Sus muros fueron testigos de la alegría de los bautizos, confirmaciones, primeras comuniones, matrimonios y consagraciones sacerdotales; entre el incienso y las plegarias se cantó el Te' Deum para agradecer a Dios grandes beneficios; también allí se vivieron horas de tristeza despidiendo a seres queridos, de angustia por las amenazas del Galeras y de las guerras, de terror en la Navidad Trágica de 1822. En fin, muchos conflictos del alma y del corazón se ventilaban ante el Señor. La historia de Pasto podría escribirse al relatar el pasado de sus templos. Este escrito es un aporte mínimo al conocimiento de tan trascendental aspecto de la vida de nuestra ciudad y una invitación a un amplio relato.

7.13.10. Las Artesanías

Por último, decir que en Pasto se concentra toda la producción de artesanía derivada del Barniz de Pasto. Desafortunadamente, la oferta comercial de artesanía no es muy buena en la capital, algo que debería mejorarse, especialmente en las zonas de mayor atractivo turístico, pues se ha visto afectada por la introducción de productos de otras regiones y no solo de otros lugares del mundo.

7.14. EL PRODUCTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE PASTO

El concepto de producto turístico viene condicionado por la existencia de recursos que dispongan de potencialidad suficiente para transformarse, después de su acondicionamiento, en atractivo turístico. Se ha de estructurar el proceso de la prestación y, por esto es necesario disponer de servicios y equipamientos que permitan su consumo. La identificación de esta realidad en el Municipio de Pasto en el proceso de análisis ha permitido distinguir recursos de diversos niveles, con necesidad de mejoras y poca oferta turística en general.

No obstante, podemos distinguir algunas iniciativas interesantes y algunos productos más o menos estructurados, por demanda actual o tradicional, que atraen diferentes públicos, mayoritariamente de demanda interna o cercana en términos geográficos.

En los últimos tiempos los itinerarios culturales se están organizando desde diversas iniciativas para promocionar y motivar el conocimiento de la ciudad entre los propios residentes. Estos itinerarios recorren la ciudad con la finalidad de dar a conocer los restos de la época republicana, sus iglesias, el carnaval, etc.

De todas maneras, la existencia de estos itinerarios y de unos recursos patrimoniales medianamente relevantes todavía no se pueden considerar un producto turístico significativo a nivel de demanda externa, dado que estos recursos tienen más atractivo científico que el meramente turístico según las demandas actuales y como tal producto, no está totalmente acondicionado ya que se necesitan equipamientos e infraestructuras complementarias como aparcamientos, señalización, información interpretativa, además de oferta cultural o de actividades que todavía no son lo suficientemente atractivas para el visitante.

7.15. LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA

Como herramienta de marketing, la comunicación tiene como objetivo dar a conocer la existencia del destino, sus características, ventajas y las necesidades que puede satisfacer, es decir, informar, persuadir y recordar, para facilitar la compra del producto. Dentro de las políticas de comunicación se agrupan varias técnicas para dar a conocer un destino. Podemos citar:

7.15.1.La publicidad

Es una forma de promoción, pagada normalmente, a través de los medios de comunicación como la televisión, la radio o la prensa.

7.15.2.Las relaciones públicas

Son acciones destinadas a obtener una imagen favorable del destino entre los elementos prescriptores.

7.15.3.La promoción

A diferencia de la publicidad, la propaganda no se paga; se obtiene gratuitamente generalmente a través de la política.

Los Objetivos de las acciones promocionales son, básicamente, la creación de imagen, la diferenciación del producto, y el posicionamiento del destino.

7.16. LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

La estrategia de distribución comercial puede ser directa, utilizando canales que conecten el destino con los turistas potenciales, o bien indirecta, a través de la utilización de canales en los que intervengan intermediarios para acceder a los clientes (agencias de viajes).

Normalmente la estrategia de distribución comercial debe ser adoptada e implementada por el sector privado. Genéricamente debe orientarse a optimizar la utilización de los canales de acceso comercial a los mercados para el destino y sus productos turísticos, teniendo en cuenta la eficacia y la rentabilidad de estos canales.

En relación a la política de comercialización del destino, se puede decir que no hay una política definida, en todo caso, cada una de las empresas determina su política particular. En Pasto no existen agencias específicamente receptoras, a pesar de que alguna de las agencias emisoras, han realizado de forma puntual tareas de recepción, en la organización de eventos, grupos, etc. de forma independiente.

Pasto como destino no tiene definido de forma institucional un programa de comercialización que incluya la presencia en las diferentes festividades u otras acciones, ni una actividad comercial definida.

Por su parte, la Oficina Departamental del Turismo sí que tiene una intensa actividad promocional, tanto a nivel nacional como internacional, mantiene diferentes procesos destinados al fomento de la actividad turística en la región.

7.17. ANÁLISIS EXTERNO

En este ítem se analizan las fuerzas que afectan al sector turístico y se describe el entorno de negocios y las tendencias del mercado. La competencia y el entorno económico influyen de forma decisiva en el desarrollo de una región o localidad turística, mucho más en estos momentos, cuando la situación política tiene una gran influencia en todos los sectores económicos. Además, la inestabilidad a nivel mundial y europeo siempre ha tenido un efecto perjudicial para la industria turística. El análisis externo se centra en el estudio de la demanda turística existente y que puede influir en el Municipio de Pasto.

7.17.1. Entorno Económico:

El departamento de Nariño, se caracteriza por tener un menor desarrollo respecto a otras regiones del país, motivado por ciertos desequilibrios generados por diferencias en el medio físico, una débil articulación en el sistema productivo, factores demográficos, desempleo, bajas tasas de actividad económica, etc. Sin

embargo, en los últimos quince años ha dado muestras de un importante progreso social y económico, acercando sus estándares de calidad de vida y desarrollo económico a los niveles colombianos.

Para este año el crecimiento del PIB se apoya en la aportación positiva de los sectores no agrarios. La economía en el Departamento de Nariño atraviesa un ciclo de crecimiento en la última década, todos los sectores han tenido una contribución positiva, destacando el primario y la construcción, como los más dinámicos.

Para el presente año, las instituciones señalan un crecimiento de la economía situado en un intervalo entre el 2,5% y el 3%. Con ello, la economía continuará instalada, de manera consecutiva, en un ciclo de crecimiento largo.

El comportamiento de los diferentes sectores se expresa de la siguiente forma: En el sector primario, el peso de la rama agropecuaria que presentaba una reducción en años anteriores, se recupera progresivamente y presenta un crecimiento del 8,5%, debido especialmente a los resultados positivos del sector. El sector primario dentro de la economía nariñense supone un peso importante superior al del mismo sector sobre la economía Colombiana.

El sector industrial representa el 11,6% de la estructura productiva de la región, con un ligero aumento respecto a los años anteriores. En conjunto en la última década, el sector creció 1,4%, inferior al resultado (2,3%), por debajo del sector industrial en Colombia.

El sector de la construcción se destaca como el más dinámico de los sectores no agrarios, generando un crecimiento del 5%, que si bien es elevado, sigue siendo insuficiente. Cabe destacar la importante dimensión del sector servicios que presenta un elevado ritmo de crecimiento dentro de una nueva prestación y avance en este sector.

Dentro de los diferentes subsectores, el turismo es el que presenta el balance más desfavorable, de acuerdo a datos ofrecidos por la Oficina Departamental de Turismo, el número de turistas que visitaron Nariño en los últimos tres meses del año desciende un 2,3%, en contraste con los elevados aumentos registrados en los dos trimestres anteriores. Esta reducción se basa, exclusivamente, en la menor afluencia de turistas extranjeros (-12,5%), mientras que el turismo nacional aumenta (6,8%), sí bien a un ritmo menos intenso que en trimestres anteriores.

Los principales desafíos de la economía en el Municipio de Pasto son el aseguramiento del recurso agua, el estado del mercado de trabajo y la modernización del sistema productivo.

Las principales potencialidades que sustentaran su desarrollo económico son un relevante dinamismo, que le permite adoptar iniciativas productivas, una localización geográfica estratégica conectada con la zona andina, la amazonía e la costa pacífica; con posibilidades claras en la agricultura de calidad y en la industria agroalimentaria y, especialmente en el sector servicios, el desarrollo de actividades relacionadas con el ocio y el turismo.

En relación con el ocio y el turismo, las ventajas relativas en cuanto a climatología y riqueza paisajística hacen de Pasto un centro turístico indiscutible, y las posibilidades de crecimiento que ofrece el sector siguen siendo estratégicas.

El turismo seguirá siendo una actividad decisiva para el desarrollo económico regional siempre y cuando sean capaces de diversificar y ampliar su oferta, atender el impacto del medioambiente y poner en valor la riqueza cultural y monumental. Los factores culturales representan un atractivo de primer orden, no suficientemente valorado para el impulso de actividades como el turismo y en el que se intervendrá cada vez más.

7.18. TENDENCIAS DEL TURISMO

Otro factor clave en este proceso ha sido, sin duda, el cambio de las tendencias en el turismo. El turismo es un sector cambiante, donde los parámetros no son fijos, y por tanto las estrategias a utilizar no deben ser rígidas y deben dirigirse de acuerdo con las nuevas tendencias, sin olvidar el crecimiento sostenible del territorio.

La baja demanda por el turismo permite establecer nuevos planteamientos. El primer planteamiento se destina a que el turista ya no llegaba a Nariño atraído por la búsqueda de sol, piscinas, playa (Tumaco), etc. sino que buscaba una nueva experiencia nueva, establecida en la riqueza patrimonial, bien sea de tipo natural o cultural, que puede perfectamente armonizar con las actividades lúdicas que le ofrezca su destino turístico.

Un segundo planteamiento es la calidad. El turista es cada vez más exigente y lo es no únicamente con los servicios gastronómicos, de hostelería, atención, sino que también lo es con el resto de actividades lúdicas, culturales o naturales. Es decir, el turista exige una calidad global en los servicios, productos y en el entorno de su destino turístico.

Todos los cambios de sensibilidad en el turismo han comportado a los diferentes territorios modificar sus políticas y estrategias en el fomento del turismo. El nuevo reto debe ser un turismo de calidad, y este turismo de calidad necesita de un desarrollo de las infraestructuras y servicios, aprovechando las potencialidades que en relación al patrimonio cultural y natural se ofrecen y que hasta hace poco tiempo habían pasado ignoradas. y todo esto dentro de un desarrollo sostenible.

7.18.1. Tendencias de la demanda turística

Para situar dónde se desarrollará la actividad turística, se resume de forma esquemática, las siete grandes tendencias de la demanda turística actual:

- ✓ Renovación y Contraste: necesidad de cambiar la rutina, de realizar actividades que no se contemplen en las rutinas diarias.
- ✓ Demanda de un entorno natural de calidad, de recursos no explotados: Los resultados de los últimos estudios sobre el turismo de naturaleza destacan la importancia que los extranjeros dan a la naturaleza. En el momento de planificar su tiempo libre, los extranjeros prefieren ubicar sus estancias en lugares donde la minimización de los ruidos y el contacto con la naturaleza estén presentes.
- ✓ Demanda de cultura y patrimonio arquitectónico: Según la OMT, la demanda turística cultural es superior a la demanda de turismo en general y eso es debido a dos aspectos básicos: La motivación cultural crece como motivación secundaria en la mayoría de los flujos turísticos y, el fraccionamiento e incremento de vacaciones de corta duración, especialmente en las ciudades.
- ✓ Demanda de turismo rural: El turista que quiere disfrutar de su tiempo de ocio requiere un espacio natural accesible, bien conservado y poco masificado. Las buenas comunicaciones terrestres, la adecuada relación calidad-precio y la hospitalidad y amabilidad de los residentes en el destino influyen también de forma decisiva en la elección del lugar. Así mismo, la oferta complementaria también juega un papel muy importante dado que el turista “rural” quiere un equilibrio entre la tranquilidad y las actividades complementarias. En la actualidad este es un mercado con un crecimiento muy importante y la oferta se está profesionalizando al igual que los otros subsectores turísticos.
- ✓ Demanda de identidad, espiritualidad y salud: La oferta “menos tradicional” y más adaptada a las nuevas necesidades de “fitness”, belleza y relax se mezcla con la búsqueda de la identidad de uno mismo y de encontrarse bien y actualmente visible en la ciudad de San Juan de Pasto, si bien en los últimos años se posiciona como centro estético a nivel regional y nacional.
- ✓ Turismo de acontecimientos y espectáculos: Para el desarrollo natural de este mercado, el destino requiere una adecuada oferta de alojamiento, de restauración y nocturna. Las buenas comunicaciones terrestres y aéreas son una premisa fundamental para conseguir atraer este mercado, que exige que el destino tenga una relevancia y notoriedad al nivel de los acontecimientos, principalmente por la importancia del carnaval de negros y blancos.

A continuación se exponen de manera esquemática y general, las principales líneas de evolución del sector turístico, desde la perspectiva de la gestión de las unidades de producción:

- ✓ Las tasas de crecimiento, tanto a nivel de número de visitantes como de gastos realizados en cada uno de los desplazamientos, serán muy altas. El crecimiento se prevé que no sea uniforme, de forma que sólo aquellos destinos que sepan adaptar su oferta a las expectativas de sus visitantes, podrán permanecer en el mercado.
- ✓ En referencia a la evolución de los principales tipos de turismo se apuntan las siguientes diferencias:
 - Turismo masivo de playa: las zonas tradicionalmente receptoras de nuestra costa pacífica, esta tipología de turismo tienden a mejorar y aumentar las prestaciones para obtener ingresos superiores por visitante. Asimismo, las zonas donde este tipo de turismo es emergente, su ciclo de vida será más corto del que fue en los destinos tradicionales.
 - Turismo de ciudad: será la tipología de turismo que generará mayor crecimiento.
 - Turismo de interior: Crecerá igualmente (naturaleza, aventura y descubrimiento, etc.).
 - El turismo de atracción específica (eventos, parques temáticos, espacios naturales, históricos o religiosos de relevancia, etc.), deberá experimentar una expansión todavía más intensa.
- ✓ Proceso de concentración de las empresas turísticas, que asimismo permitirá la supervivencia de un sector artesano, muy atomizado.
- ✓ El factor tecnológico y de innovación será clave.
- ✓ Profesionalización de todas y cada una de las fases del proceso de gestión de la empresa turística.
- ✓ La comercialización enfocada hacia el cliente actual como estrategia para conseguir clientes principales.
- ✓ Las normas relativas a higiene, seguridad y seguro deben endurecerse y las empresas que no se adapten a las nuevas reglamentaciones quedaran fuera del mercado.
- ✓ La ecología marca una tendencia hacia la preservación del medio natural, el ahorro de energía, la restauración de edificios, la utilización de materiales y materias primas más naturales, etc.

Estas tendencias vienen dadas básicamente por las características del nuevo consumidor, que se define para los siguientes parámetros:

- ✓ Es un “multiconsumidor” turístico.
- ✓ Quiere consumir pero tiene clara la proporción calidad- precio.
- ✓ Es más exigente porque dispone de más información.
- ✓ Es más culto y desea satisfacer y cubrir más inquietudes.
- ✓ Fragmenta más las estancias.
- ✓ Posee una conciencia medioambiental más desarrollada.

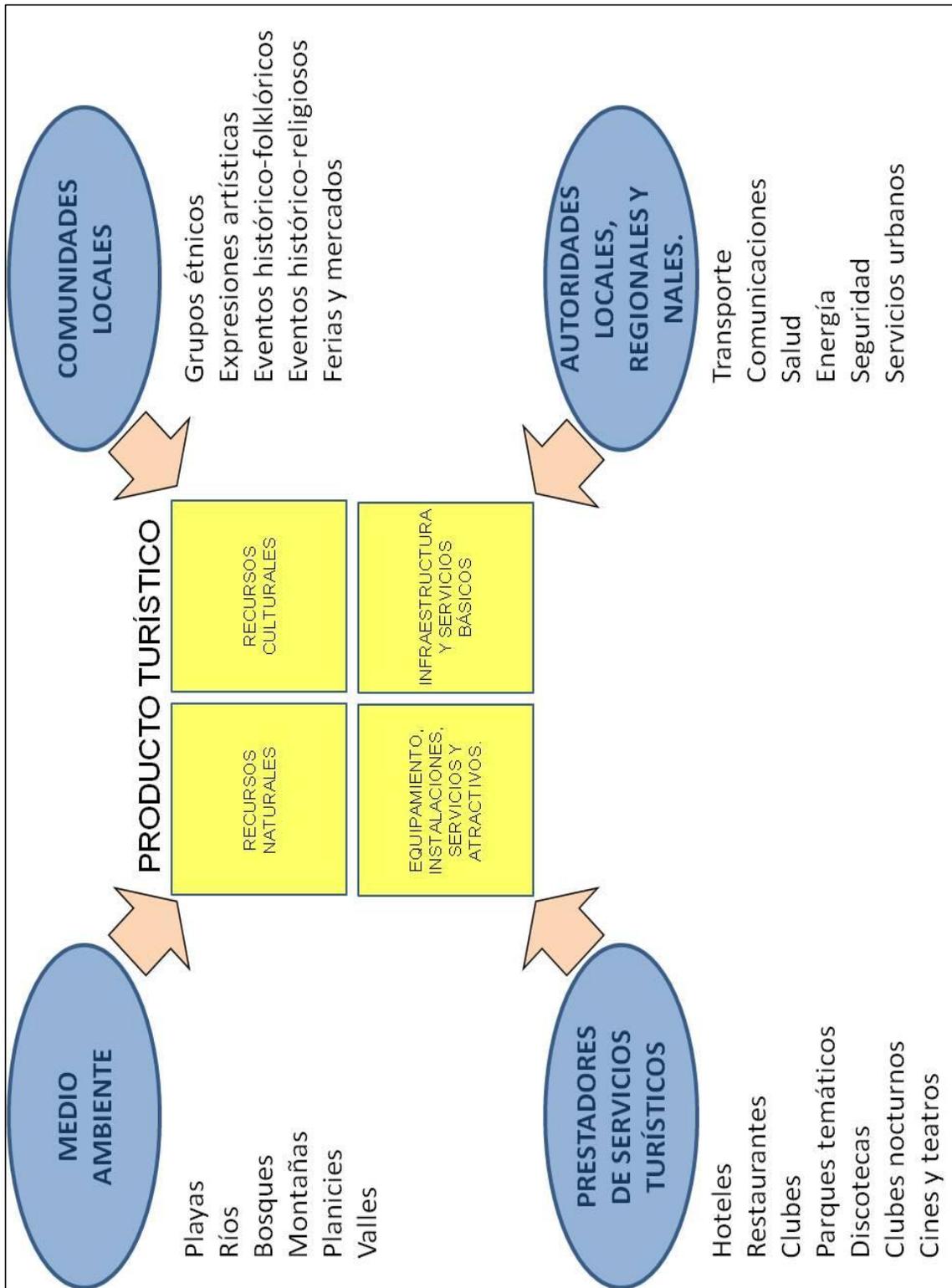
Es necesario comentar que todas las tendencias del mercado del turismo pueden cambiar según los acontecimientos de orden público y sus consecuencias posteriores, el turismo es uno de los sectores económicos que más gravemente sufren las consecuencias de estos conflictos.

Como ya se ha puesto de manifiesto, la gente es muy recelosa de viajar o simplemente de coger un avión. Subsectores como las agencias de viajes, la hotelería y los restaurantes se ven directamente perjudicados por los problemas de orden público al interior de nuestro país; además, las compañías aéreas, parte fundamental de la industria están sufriendo de forma muy importante esta crisis, ya que sus costos en seguridad y seguro se han incrementado gravemente. Esto se está reflejando en un incremento de los precios de los pasajes, pérdida de puestos de trabajo, mala imagen de este medio de transporte, y descenso del número de viajeros.

De todas maneras, Colombia como mercado receptor podría llegar a perjudicarse de esta crisis pues se pierden turistas por estar en la zona del conflicto, indudablemente, los extranjeros seguirán obviando nuestro país como destino turístico debido a esta problemática, por lo que nuestro fuerte seguirá siendo la población interna y de cierta manera la vecina república del Ecuador. Finalmente, las consecuencias de estos hechos aún no se pueden evaluar en su totalidad, pero sin duda, la industria turística está siendo ya una de las más perjudicadas a nivel mundial y a nivel nacional.

En el momento de escoger su destino para las vacaciones, los Colombianos optan mayoritariamente por destinos dentro del territorio nacional. Esto queda demostrado con el hecho de que del total de los viajes turísticos, el 91% fueron con destino al interior de nuestro país.

FIGURA 20. Esquema gráfico de la oferta turística para el Municipio de Pasto



Fuente: esta investigación.

7.19. IMPACTOS AMBIENTALES DEL TURISMO

Todo el proceso derivado de la actividad turística, sin una política de planificación integral genera un proceso de deterioro del ambiente urbano, industrial y de los centros o destinos turísticos, fruto de la excesiva contaminación por gases nocivos, desperdicios sólidos, aguas pesadas y residuales (negras), entre otras razones.

En el caso específico del turismo, las acciones impactantes del espacio más detonantes han sido las siguientes:

7.19.1. El vertimiento no controlado de aguas residuales a ríos, lagos, lagunas, mantos freáticos y litorales.

Entre las consecuencias de las anteriores acciones se citan el desarrollo de coliformes fecales y determinado tipo de algas de color verde por el excesivo aporte de nitrógeno contenido en las aguas residuales, las que destruyen los recursos, elementos indispensables para la conservación. También, estos residuos líquidos producen millones de hongos y bacterias, contaminando las aguas de uso humano, lo que va en detrimento de la salud y del turismo mismo y la humanidad, generando enfermedades de la piel, infecciones bacterianas, entre otras multiplicidad de efectos negativos. Finalmente induce a la extinción de especies de flora y fauna acuáticas, muchas veces endémicas y necesarias para el equilibrio biológico y el suministro de alimentos para los turistas.

7.19.2. Inadecuado proceso de recolección y disposición final de los sólidos.

No existe separación o clasificación de los tipos de sólidos, mezclando plásticos, cristales, metales y materia orgánica, esta última con un rápido proceso de descomposición, generando hongos, bacterias e insectos que contaminan el ambiente. La contaminación se incrementa cuando la basura es depositada a cielo abierto, filtrando los lixiviados de origen orgánico el subsuelo y las aguas subterráneas, lo mismo que las sustancias químicas no biodegradables; proceso que generalmente se da en las áreas rurales. Una problemática ambiental generalizada de gran rechazo por parte de los turistas son los plásticos, cuya degradación requiere 500 años o más.

7.19.3. Construcción de atracaderos

Todas aquellas obras para fines de transporte turístico acuático sin estudios previos para determinar los impactos ambientales que generan. Generalmente destruyen humedales, manglares, entre otras acciones lamentables, cuyas consecuencias ocasionan graves problemas a la fauna y la flora.

7.19.4. Uso de detergentes e insecticidas no biodegradables

En grandes volúmenes, por parte de los hoteleros, debido a los altos volúmenes de turistas, especialmente con la modalidad de todo incluido. Sus residuos son depositados en el subsuelo o en las aguas tratadas, contaminando los suelos, las aguas subterráneas o los cursos de aguas superficiales.

7.19.5. Agotamiento de los mantos freáticos

Debido al uso intensivo y no regulado de los caudales existentes, lo que unido a la contaminación por percolación de lixiviados pueden convertirse en una de las causas fundamentales de la caída estrepitosa de un destino turístico.

7.19.6. Uso de plantas energéticas

Fundamentalmente con diesel y otros derivados del petróleo, las que aportan altos niveles de contaminación sónica y atmosférica como el monóxido y bióxido de carbono, responsables en la destrucción de la capa de ozono, exterminio de especies biológicas y generadores de cáncer pulmonar, entre otras calamidades.

CONCLUSIONES

El turismo en el Departamento de Nariño es una actividad de poca importancia dentro de las políticas manejadas por los gobiernos locales, y menos aún como campo de conocimiento que permita la apropiación y desarrollo como sector estratégico de la economía de los pueblos.

La identificación, clasificación y caracterización de los atractivos turísticos del Departamento de Nariño de acuerdo a las modalidades del turismo, no fue posible llegar a un mayor detalle para los 64 municipios debido a la falta de información y a los elevados costos que implica el trasladarse a ciertos escenarios turísticos y al problema de orden público que presentan algunos Municipios.

Las diferentes oficinas turísticas tanto públicas como privadas evidencian vacíos sobre inventarios turísticos donde se identifiquen los atractivos que posee el Departamento de Nariño y los diferentes municipios a lo largo de su territorio, ocasionando el no reconocimiento de éstos atractivos tanto por propios como por extraños, así como al monopolio escénico, minimizando el potencial de otros atractivos, contribuyendo así a la exclusión y al marginamiento de las riquezas naturales, culturales y humanas.

De los 64 Municipios que posee el Departamento de Nariño; 46 de ellos, no cuentan con los requerimientos mínimos en cuanto a infraestructura y equipamiento Físico, Social, Institucional, Municipal y Económico; generando marginamiento e inconvenientes para potencializar los atractivos turísticos; a esto se suma la falta de organización por parte de la comunidad para solventar los problemas sociales que presentan. Por lo tanto, en la actualidad sólo se podría promover y promocionar los atractivos turísticos en 18 de estos escenarios.

Actualmente, en el mercado turístico regional no existe una adecuada promoción y divulgación del potencial turístico que posee el Departamento de Nariño, lo cual ha imposibilitado un reconocimiento de los eslabones de la Cadena Productiva del Turismo. A esto se suma la falta de planes turísticos constantes, donde se promocionen los atractivos turísticos ya conocidos sino también aquellos que tienen poco o ningún reconocimiento.

No existe una entidad que tenga entre sus objetivos fomentar la creación de organizaciones solidarias en los Municipios donde se encuentran los atractivos turísticos, para que sean los eslabones de la Cadena Productiva del Turismo y se encarguen de potencializar los atractivos turísticos que circundan sus alrededores, con el fin de mejorar su calidad de vida.

La gastronomía tiene un gran poder de atracción tanto para los visitantes como para los propios residentes, por su tipismo, calidad y originalidad. Sin embargo, debemos seguir evolucionando en este sentido, y tratar que el sistema de comida

típica especialmente, y la demás cocina regional, busquen siempre una mejora de su calidad, mayor creatividad y diferenciación frente a destinos competidores.

Falta de cultura turística en aquellas personas que se involucran directa e indirectamente con el desarrollo de este sector.

RECOMENDACIONES

Es necesario que las entidades que se dedican a promover y promocionar el turismo ya sean éstas públicas o privadas, tengan siempre a disposición del público en general un inventario de los atractivos turísticos y unos paquetes turísticos actualizados, que constantemente se estén promocionando con el fin de llamar la atención tanto de los turistas internos como externos y de esta manera empezar a sacar del anonimato a aquellos escenarios que han sido marginados por la industria turística regional.

Las administraciones locales de los Municipios, deben desarrollar programas encaminados a mejorar su infraestructura y equipamiento, con el fin de empezar a ofrecer servicios y productos turísticos que estén al alcance de todos y que llenen las expectativas de quienes los visitan y de esta manera no solamente saldrán del anonimato en el que se encuentran sino que también pueden posesionarse en la industria turística regional y porque no nacional, lo que les permitirá mejorar sus condiciones sociales y económicas.

Convendría un replanteamiento general de la señalización turística de los recursos de la ciudad y la región, buscando un diseño homogéneo, una ubicación más idónea, con el objetivo de dar una imagen uniforme y clara de la oferta turística del Municipio de Pasto y el Departamento de Nariño.

Es importante desarrollar paquetes turísticos bajo perspectivas de desarrollo sustentable ya que de esta manera se podrá hacer un uso adecuado y equilibrado de los recursos sin alterarlos, porque la idea es darlos a conocer pero no acabar con ellos.

Es necesario crear una organización que no solamente se dedique a promover y promocionar los atractivos turísticos, sino también que se involucre directamente con el desarrollo de las comunidades donde se encuentran estos atractivos, no sólo en infraestructura y servicios sino también en mejorar sus condiciones de vida, lo que permitirá crear cultura turística siendo necesaria, entre otros aspectos al momento de atender a un turista.

Es necesario desarrollar rutas, al igual que la formación de guías turísticos de la ciudad, como una iniciativa ante los pastusos y otros visitantes de la ciudad, planteándose la ampliación de las visitas guiadas, además del conjunto monumental, recorrería otros puntos destacados del centro histórico.

Para que haya una buena potencialización de los atractivos turísticos del Departamento de Nariño, es necesario que se desarrollen paquetes turísticos que estén al alcance y a las necesidades de quienes quieren conocer más al Departamento de Nariño.

Hacer turismo en el Departamento de Nariño es costoso, razón por la cual es necesario establecer mecanismos para que esta situación cambie y el turismo esté al alcance de todos.

BIBLIOGRAFIA

- ASKJELLERUD, S. The Tourist: A Messenger of Peace? *Annals of Tourism Research*. 2003
- BARETJE, René. en ALVAREZ, Alvaro. El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas, Bosch Casa Editorial. Barcelona 1994.
- CALLIZO, José. Aproximación a la geografía del turismo, Síntesis, Madrid 1991.
- COHEN, E. The Language of Tourism. *Annals of Tourism Research*. New York 2000.
- COSTA, J. (1995). International Perspectives on Travel and Tourism Development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7, 10-19.
- DAVIDOW, M. Tourism and Hospitality in the 21 Century. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5. New York. 2002.
- DE LATORRE PADILLA, Oscar. El turismo: fenómeno social. Fondo de Cultura Económica. México. 34 p.
- GONZÁLEZ BOTTIA, Hernando. El turismo como alternativa de desarrollo para Villavicencio y el departamento del Meta. Banco de la República. Villavicencio. 2004. 77 Pag.
- GURRIA, Angel. Introducción al turismo. Editorial Trillas. México 1997.
- HIERNAUX, Daniel. "El espacio reticular del turismo en México", *Geografía y Desarrollo*, año 2, vol. 2, núm. 3. México 1989.
- KALFIOTIS, Stavros. "Une théorie de l'evolution du tourisme", *Espaces*, no. 25, París 1976.
- KOSTROWICKI, Jerzy. Un concepto clave; organización espacial, versión al español de Iloft E. Instituto de Geografía, UNAM, México 1986.
- LOZATO, Jean Pierre. Geografía del turismo. Del espacio contemplado al espacio consumido. Masson. Barcelona 1990.
- MARTINEZ, Orlando. "Transnational frontierizos: cross-border linkages in Mexican border society". *Journal of Borderlands Studies*. México 1990.
- MICHAUD, Jean. "le tourisme face a l'environnement", *Collection le Géographie*, Presses Universitaires de France. París 1983.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo en Colombia: Un sector de oportunidades, Fortalezas, incentivos y herramientas institucionales. Bogotá 2009.

NASH, Dennison. Anthropology of tourism. Pergamon, New York 2001.

Organización Mundial del Turismo. Sección de Estudios de Mercado y Técnicas de Promoción. Informe especial Nº 8: El turismo emisor de España, Perfil del mercado. Madrid, 2001.

Plan de Ordenamiento Territorial, Pasto 2012: Realidad Posible.

PROPIN, Enrique. Teorías y métodos en geografía económica, Col. Temas Selectos de Geografía de México (III.3). Instituto de Geografía. UNAM, México 2003.