

IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO  
DE NARIÑO A PARTIR DE LA ESTIMACIÓN DE SU CUENTA SATÉLITE

VICTOR DAVID JARAMILLO MEJÍA  
DIANA ELIZABETH NARVÁEZ JÁCOME

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2008

IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO  
DE NARIÑO A PARTIR DE LA ESTIMACIÓN DE SU CUENTA SATÉLITE

VICTOR DAVID JARAMILLO MEJÍA  
DIANA ELIZABETH NARVÁEZ JÁCOME

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título de  
Economista

Asesor  
IGNACIO GARCES  
Economista

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2008

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores”

Artículo 1 de Acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1966 emanada por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

-----  
JESÚS MARTÍNEZ B.  
Jurado

-----  
IVÁN FREDY ERAZO A.  
Jurado

-----  
IGNACIO GARCES B.  
Asesor

San Juan de Pasto, Abril de 2008

## DEDICATORIA

*“Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad”*

**Albert Einstein.**

*A Dios,*

*...por darme el maravilloso regalo de la vida.  
Gracias por estar siempre junto a mí.*

*A mis Padres,*

*...Ricardo Narváez y Yolanda Jácome.  
Gracias por estar presente en todos mis sueños,  
por su amor, esfuerzos, apoyo  
y comprensión sin medida.  
SIEMPRE ESTAN EN MI CORAZON*

*A mis Hermanos,*

*... Daniel e Iván Camilo.  
Por estar siempre a mi lado,  
por el apoyo y comprensión  
que me brindan.*

*A mis Abuelitos y Familia*

*...por su gran ejemplo,  
enseñanzas y contantes Oraciones.  
Gracias por sus palabras de  
aliento durante mi vida.*

*A Victor David,*

*...por ser mi novio, compañero y amigo.  
Gracias por tu compañía, apoyo y comprensión.  
Siempre me ayudaste a seguir adelante  
sin importar las dificultades.*

*A mis compañeros,*

*...por ayudarme a construir conocimiento.  
Siempre recordare las mañanas y tardes compartidas;  
al igual que el nerviosismo vivido antes  
y durante los exámenes.*

**GRACIAS A USTEDES,  
LO QUE AYER FUE UN SUEÑO  
HOY ES REALIDAD**

**Diana Elizabeth Narváez Jácome**

## DEDICATORIA

*Esta Tesis la dedico con todo mi Amor y Cariño.*

*A Dios,*

*...por darme la oportunidad de vivir  
y de regalarme una familia tan  
especial y maravillosa.*

*A mis Padres,*

*... por enseñarme el valor  
del estudio y apoyarme en todos  
los momentos difíciles de mi vida.  
Sé que todas las gracias del mundo  
no me alcanzarían para compensar todo  
su esfuerzo, pero tengo por seguro que  
Dios estará por siempre con ustedes.*

*A mis Hermanos,*

*... por apoyarme y comprenderme  
durante este proceso de aprendizaje,  
Ustedes son el mejor ejemplo de  
solidaridad y Familia.*

*A Diana,*

*... más que novia,  
fuiste la mejor amiga y compañera,  
fuiste apoyo y comprensión  
fuiste amor y esperanza  
Gracias por todo Linda.*

*A mis maestros,*

*...por ser ejemplo de profesionalismo.*

*A mis compañeros,*

*...por compartir 5 años de su vida,  
gracias por sus críticas y conocimientos.  
¡ARRIBA LA CIENCIA ECONOMICA!*

*GRACIAS POR SU APOYO EN ESTE QUE CONSIDERO MI  
PRIMER PELDAÑO PARA ALCANZAR MIS SUEÑOS*

**Víctor David Jaramillo Mejía**

*“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el  
resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”*

**Mahatma Gandhi**

## AGRADECIMIENTOS

*“No puede haber una sociedad floreciente y feliz cuando la mayor parte de sus miembros son pobres y desdichados”*

**Adam Smith.**

Mil gracias al profesor Ignacio Garcés, su apoyo, paciencia, dedicación y confianza, fueron las luces de la Investigación.

Vianey Palma y Andrés Darío Riascos. Su apoyo a la Investigación fue de vital importancia para culminarla. Son grandes amigos y siempre estarán en nuestros corazones. THANKS YOU VERY MUCH!.

Gracias a nuestros maestros, los cuales influyeron en la formación de nuestro pensamiento profesional y efectuaron indirectamente una gran presión para desarrollar nuestra madurez personal; y a nuestra Alma Máter, siempre será llevada con orgullo donde quiera que estemos.

Un agradecimiento muy especial a la Cámara de Comercio de Pasto, por apoyar esta investigación. Gracias a esta entidad la presente obra tiene su importante contenido estadístico.

Finalmente, muchas gracias a Iván Fredy Erazo y Jesús Martínez, fueron docentes durante nuestra estancia en las aulas y hoy son nuestros jurados de Tesis.

## RESUMEN

El Turismo en el mundo entero ha cambiado por sí solo la forma de definirse, el cual pasó de ser un servicio más a convertirse en una industria sin chimeneas; la cual, por sus características, está generando empleo, crecimiento económico, concientizando a la población mundial de que tan importante es la naturaleza y brindando oportunidad a todos los países que miran limitadas sus oportunidades para industrializarse.

En Colombia el turismo se desarrolla como una actividad de bajo perfil a pesar de la cantidad de recursos que genera por el comercio internacional, de la cantidad de empleo que crea y del potencial que tiene este país para considerar a esta actividad la mejor alternativa de desarrollo. Por su parte La creación de la cuenta satélite de Turismo (CST) de Nariño, al igual que las mediciones de impacto ambiental, generación de empleo, y de inversión derivan en la conclusión de que esta industria es la mejor solución para articular los municipios, generar crecimiento económico en todas las zonas del departamento y ofrecer a toda su población una alternativa para diversificar sus actividades y vincularse a un sector que busca generar en el mundo entero una sola nación y una sola comunidad.

Finalmente, se establece que si bien los escenarios paisajísticos turísticos están dados en Nariño, falta desarrollar la infraestructura turística necesaria para la articulación de todos los municipios del departamento, ya que este aspecto sumado a la capacitación del capital humano, son variables de suma importancia para la consolidación social y económica de una región que está necesitada de oportunidades para salir del atraso, resultado de la terciarización espuria, el minifundio y el abandono del gobierno central.



## **ABSTRACT**

The Tourism in the world has changed the way of defined, that happened from being a service to become an industry without chimneys; which, by its nature, is generating jobs, economic growth, sensitizing to world population that important is the nature and providing opportunity for all countries that looked their limited opportunities for industrialize.

In Colombia tourism is developed as a low-profile despite the amount of resources generated by international trade, the number of jobs created and the potential that this country has to consider this the best alternative development . For its part The establishment of the Tourism Satellite Account (TSA) of Nariño, as well as measurements of environmental impact, employment generation, and investment resulting in the conclusion that this industry is the best solution to articulate municipalities, generate economic growth in all areas of the department and offer to all its people an alternative for diversify their activities and join a sector which seeks to generate throughout the world one nation and one community.

Finally, it is stated that although the tourism landscape scenarios are given in Nariño, lack develop tourism infrastructure necessary for the articulation of all municipalities in the department, as this aspect added to the training of human capital, are of paramount importance for the variables social and economic of a region that have the need of opportunities to break the backlog, consequence of the Tertiarisation spurious, the smallholding and neglect of the central government.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN	23
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.1. TEMA	26
1.2. TITULO	26
1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	26
1.3.1. Antecedentes	26
1.3.2. Situación actual	28
1.3.3. Planteamiento del Problema	34
1.4. JUSTIFICACIÓN	35
1.5. OBJETIVOS	36
1.5.1. Objetivo general	36
1.5.2. Objetivos específicos	36
1.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	37
1.6.1. Universo de estudio	37
1.6.2. Espacio geográfico	37
1.6.3. Tiempo	37
2. MARCO DE REFERENCIA	38
2.1. MARCO TEÓRICO	39

2.2.	MARCO CONTEXTUAL	54
2.3.	MARCO LEGAL	61
2.4.	MARCO CONCEPTUAL	66
3.	DISEÑO Y PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	67
3.1.	TIPO DE ESTUDIO	68
3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA	68
3.3.	PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS	69
4.	TURISMO: CONTEXTO NACIONAL	71
4.1.	LLEGADAS DE EXTRANJEROS A COLOMBIA	72
4.2.	MOVIMIENTO DE PASAJEROS VÍA AÉREA	73
4.2.1.	Movilización de pasajeros Nacionales	73
4.2.2.	Movilización de pasajeros Internacionales	73
4.3.	CRUCEROS	74
4.4.	MOVILIZACIÓN DE VEHÍCULOS	75
4.5.	EMPLEO	75
4.6.	PIB TURÍSTICO	77
4.7.	BALANZA COMERCIAL TURÍSTICA	78
5.	TURISMO: CONTEXTO REGIONAL	81
5.1.	TURISMO DOMESTICO	83
5.2.	TURISMO EMISOR	85
5.3.	TURISMO RECEPTOR	87
6.	CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST)	89

6.1.	LÍMITE DE PRODUCCIÓN	95
6.2.	PRODUCCIÓN DE MERCADO Y DE NO MERCADO	95
6.3.	PRINCIPALES AGREGADOS DEL TURISMO	95
6.4.	ENFOQUE DE LA DEMANDA	96
6.4.1.	El consumo turístico	96
6.5.	ENFOQUE DE LA OFERTA	97
6.6.	CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO PARA NARIÑO	104
6.6.1.	Cuenta satélite del turismo para Nariño a precios corrientes	104
6.6.1.1.	Cuenta de producción y generación de ingreso	123
6.6.1.2.	Consolidado cuenta de producción y generación de ingreso, 2001 – 2006py	129
6.6.2.	Cuenta satélite del turismo para Nariño a precios constantes de 1990	130
6.6.2.1.	Cuenta de producción y generación de ingreso	149
6.6.2.2.	Consolidado cuenta de producción y generación de ingreso, 2001 – 2006py	155
7.	IMPACTO DEL PIB TURÍSTICO SOBRE EL PIB REGIONAL	162
7.1.	CADENAS PRODUCTIVAS EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO	165
7.2.	ANÁLISIS DE LA RAMAS ECONÓMICAS	167
7.3.	ESTIMACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO SOBRE EL PIB REGIONAL	171
7.3.1.	Manejo de Variables	171
7.3.2.	Modelo Explicativo 1	171
7.4.	CRECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO DE NARIÑO	173

8.	IMPORTANCIA RELATIVA DE LA INVERSIÓN TURÍSTICA SOBRE LA INVERSIÓN DEL MUNICIPIO DE PASTO	175
8.1.	ESTIMACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LA INVERSIÓN EN TURISMO SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL DEL MUNICIPIO DE PASTO	185
8.1.1.	Manejo de Variables	185
8.1.2.	Modelo Explicativo 2	186
9.	IMPORTANCIA DEL EMPLEO TURÍSTICO SOBRE EL PIB REGIONAL	188
10.	IMPORTANCIA DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CUIDADO DE LA BIODIVERSIDAD DE NARIÑO	193
10.1.	EL ECOTURISMO COMO BASE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE	195
10.2.	POLÍTICA DEL ECOTURISMO EN COLOMBIA	197
10.3.	ECOTURISMO EN NARIÑO	198
10.4.	CARGA TURÍSTICA	199
11.	NARIÑO Y SUS MUNICIPIOS MÁS COMPETITIVOS TURÍSTICAMENTE	203
11.1.	INFRAESTRUCTURA.	205
11.2.	SERVICIOS TURÍSTICOS	215
11.3.	INSEGURIDAD	218
12.	IMPACTO DE LA REVALUACIÓN DEL PESO COLOMBIANO EN EL TURISMO DE NARIÑO	222
12.1.	DINÁMICA CAMBIARIA	223
12.2.	EXPORTACIONES TRADICIONALES	225
12.3.	EXPORTACIONES NO TRADICIONALES	227

12.4.	IMPORTACIONES	228
12.5.	INFLUENCIA DE LA REVALUACIÓN EN EL TURISMO	229
12.5.1.	Turismo Nacional	229
12.5.2.	Turismo en Nariño	232
13.	CONCLUSIONES	235
14.	ALTERNATIVAS Y RECOMENDACIONES	238
	BIBLIOGRAFÍA	241
	NETGRAFÍA	245
	ANEXOS	246

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Porcentaje de aporte turismo a regiones mundiales año 2000-2004	29
Tabla 2. Importancia relativa del turismo sobre la balanza comercial mundial	30
Tabla 3. Ranking mundial: los países mas competitivos en turismo	31
Tabla 4. Ítems de competitividad	32
Tabla 5. Ocupación hotelera - Pasto	50
Tabla 6. Crecimiento poblacional	56
Tabla 7. Composición étnica de Nariño (2005)	57
Tabla 8. Contribución al PIB departamental	57
Tabla 9. Estructura del PIB por grandes divisiones de la CIIU. Precios constantes de 1994	60
Tabla 10. Universo de estudio	68
Tabla 11. Encuestas por municipio	69
Tabla 12. Importancia del turismo sobre la balanza comercial de Colombia	79
Tabla 13. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: producción bruta del sector turismo	105
Tabla 14. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: producción bruta del sector turismo	106

Tabla 15. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: consumo intermedio del sector turismo	108
Tabla 16. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: consumo intermedio del sector turismo	109
Tabla 17. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: valor agregado bruto del sector turismo	111
Tabla 18. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: valor agregado bruto del sector turismo	112
Tabla 19. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: remuneración al trabajo del sector turismo	114
Tabla 20. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: remuneración al trabajo del sector turismo	115
Tabla 21. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: impuestos indirectos del sector turismo	117
Tabla 22. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: impuestos indirectos del sector turismo	118
Tabla 23. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: excedente bruto de explotación del sector turismo	120
Tabla 24. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: excedente bruto de explotación del sector turismo	121
Tabla 25. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2001	123
Tabla 26. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2002	124
Tabla 27. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2003	125
Tabla 28. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2004	126
Tabla 29. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2005	127
Tabla 30. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2006py	128



Tabla 31. Cuenta satélite del turismo (CST): departamento de Nariño	129
Tabla 32. Cuenta satélite del turismo (CST): departamento de Nariño: cobertura producción bruta del turismo (%) - cobertura del valor agregado del turismo (%)	130
Tabla 33. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: producción bruta del sector turismo	131
Tabla 34. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: producción bruta del sector turismo	132
Tabla 35. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: consumo intermedio del sector turismo	134
Tabla 36. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: consumo intermedio del sector turismo	135
Tabla 37. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: valor agregado bruto del sector turismo	137
Tabla 38. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: valor agregado bruto del sector turismo	138
Tabla 39. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: remuneración al trabajo del sector turismo	140
Tabla 40. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: remuneración al trabajo del sector turismo	141
Tabla 41. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: impuestos indirectos del sector turismo	143
Tabla 42. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: impuestos indirectos del sector turismo	144
Tabla 43. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: excedente bruto de explotación del sector turismo	146
Tabla 44. Cuenta satélite del turismo (CST) del departamento de Nariño, 2001 - 2006py: excedente bruto de explotación del sector turismo	147

Tabla 45. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2001	149
Tabla 46. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2002	150
Tabla 47. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2003	151
Tabla 48. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2004	152
Tabla 49. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2005	153
Tabla 50. Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso, 2006py	154
Tabla 51. Cuenta satélite del turismo (CST): departamento de Nariño	155
Tabla 52. Cuenta satélite del turismo (CST): departamento de Nariño: cobertura producción bruta del turismo (%) - cobertura del valor agregado del turismo (%)	156
Tabla 53. Contribución al PIB departamental (%) - principales ramas	163
Tabla 54. Contribución al PIB departamental - sectores	164
Tabla 55. Departamento de Nariño: producto interno bruto departamental por grandes divisiones de la CIIU	167
Tabla 56. Departamento de Nariño: ramas de actividad económica - tasa de variación anual	174
Tabla 57. Total activos según actividad económica - municipio de pasto: 2001 – 2006	176
Tabla 58. Crecimiento interanual de activos según actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	177
Tabla 59. Total empresas según actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	178
Tabla 60. Importancia relativa por activos según ramas de actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	182
Tabla 61. Importancia relativa de empresas según ramas de actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	183

Tabla 62. Importancia relativa del empleo según ramas de actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	190
Tabla 63. Total empleo según ramas de actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	191
Tabla 64. Crecimiento interanual de empleos según actividad económica - municipio de pasto: 2001 - 2006	192
Tabla 65. Carga turística: 2001 - 2006	200
Tabla 66. Número de visitantes - áreas con facilidades para ecoturismo región suroccidental 2001 - 2006	201
Tabla 67. Competitividad turística según infraestructura vial - municipios de Nariño	206
Tabla 68. Competitividad turística según infraestructura aérea - municipios de Nariño	208
Tabla 69. Competitividad turística según infraestructura fluvial - municipios de Nariño	211
Tabla 70. Competitividad turística según servicios públicos - municipios de Nariño	213
Tabla 71. Competitividad turística según servicios turísticos - municipios de Nariño	216
Tabla 72. Competitividad turística mediada por inseguridad - municipios de Nariño	218
Tabla 73. Exportaciones tradicionales - crecimiento interanual	226
Tabla 74. Exportaciones no tradicionales - crecimiento interanual	228
Tabla 75. Importaciones de vehículos - crecimiento interanual	229
Tabla 76. Balanza comercial turística - cuenta de viajes: 2002 - 2006	230

## TABLA DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Grafico 1. Llegada de turistas a nivel mundial	29
Grafico 2. Entrada de extranjeros 2001 - 2006	72
Grafico 3. Pasajeros movilizados vía aérea operación nacional 2003 – 2006	73
Grafico 4. Pasajeros movilizados vía aérea operación internacional 2003 – 2005	74
Grafico 5. Total pasajeros arribados en cruceros 2003 - 2006	75
Grafico 6. Trafico terrestre volumen de transito carreteras nacionales 2001 – 2006	76
Grafico 7. Empleo restaurantes y hoteles 2003 - 2005	76
Grafico 8. Participación en el PIB valor agregado de hoteles y restaurantes 2003 - 2005	77
Grafico 9. Ocupación hotelera 2001 - 2006	78
Grafico 10. Exportaciones FOB Colombia	79
Grafico 11. Entrada de extranjeros vía terrestre 2001 - 2006	82
Grafico 12. Flujo vehicular Nariño	83
Grafico 13. Motivos de salida	84
Grafico 14. Lugares hacia donde se desplazo dentro del departamento	84
Grafico 15. Lugares hacia donde se desplazo dentro del país	85
Grafico 16. Lugares hacia donde se desplazo fuera del país	86

Grafico 17.	Meses de mayor afluencia de turistas	86
Grafico 18.	Procedencia de turistas colombianos a Nariño	87
Grafico 19.	Procedencia de turistas extranjeros a Nariño	88
Grafico 20.	Importancia relativa de las actividades económicas sobre el PIB departamento de Nariño	170
Grafico 21.	Inversión según activos dinámica económica según reporte de crecimiento municipio de Pasto 2001 - 2006	179
Grafico 22.	Dinámica cambiaria TRM - ITCR 2002 - 2007	225
Grafico 23.	Importaciones viajes vs ITCR 2002 - 2006	231
Grafico 24.	Total de visitantes vs ITCR 2003 - 2006	232
Grafico 25.	Salida de colombianos vs TRM 2004 - 2007	234

## TABLA DE DIAGRAMAS

		<b>Pág.</b>
Diagrama 1.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2001	123
Diagrama 2.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2002	124
Diagrama 3.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2003	125
Diagrama 4.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2004	126
Diagrama 5.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2005	127
Diagrama 6.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2006py	128
Diagrama 7.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2001	149
Diagrama 8.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2002	150
Diagrama 9.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2003	151
Diagrama 10.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2004	152
Diagrama 11.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2005	153
Diagrama 12.	Nariño. Cuenta de producción y generación de ingreso - participación 2006py	154

## TABLA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Nariño: Modelo Econométrico explicativo del PIB regional en función del PIB turístico, 2001 – 2005	172
Cuadro 2. Pasto: Modelo Econométrico explicativo de la Inversión de Pasto en función de la Inversión en el Turismo, 2001 – 2006	186

## TABLA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Encuesta dirigida a agencias de viajes	247
Anexo B. Encuesta para la población del departamento	249
Anexo C. Entrevista dirigida a personas o instituciones relacionadas con el turismo en Nariño	251
Anexo D. Sobre las restantes metodológicas de cálculo del producto de residencias de estudiantes de la Cuenta Satélite de Turismo	253
Anexo E. Calculo de cifras	254
Anexo F. Nariño: variables de turísticas y de extranjería	258
Anexo G. Colombia: variables de turísticas y de extranjería	259
Anexo H. Colombia: variables nominales sobre balanza comercial y balanza cambiaria	260
Anexo I. Variables reales económicas del departamento de Nariño	262
Anexo J. Cuenta Satélite de Turismo de Nariño – precios constantes	263
Anexo K. Cuenta Satélite de Turismo de Nariño – precios corrientes	264
Anexo L. San Juan de Pasto: visión económica general	265
Anexo M. Desarrollo de supuestos: modelo explicativo 1	268
Anexo N. Desarrollo de supuestos: modelo explicativo 2	270
Anexo O. Principales países emisores de turismo hacia Nariño	272
Anexo P. Principales departamentos de Colombia emisores de turismo hacia Nariño	273



## SIGLAS

- ❖ CIIU: Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas.
- ❖ CST: Cuenta Satélite del Turismo.
- ❖ CST-R: Cuenta Satélite de Turismo Regional.
- ❖ DGT: Dirección General de Turismo.
- ❖ INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos (Ecuador).
- ❖ INSEE: Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.
- ❖ ISFLSH: Instituciones sin Fines de Lucro que Sirven a los Hogares.
- ❖ OCDE: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.
- ❖ OIT: Organización Internacional del Trabajo.
- ❖ OMT: Organización Mundial del Turismo.
- ❖ RNT: Registro Nacional del Turismo.
- ❖ SCN: Sistema de Cuentas Nacionales.
- ❖ UIOOT: Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo.
- ❖ UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development - Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo.
- ❖ UNESCO: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization - Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas.
- ❖ WTTC: World Travel and Tourism Council - Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

# INTRODUCCIÓN

*“El desafío al que se hace frente en el umbral del siglo XXI es el de alterar el curso de la civilización, cambiando de eje, en un periodo histórico relativamente corto, de la lógica de los medios, puesta al servicio de la acumulación, a la lógica de los fines, en función del bienestar social, del ejercicio de la libertad y de la cooperación entre pueblo”*

**Celso Furtado (2001)**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

El estudio económico ha permitido establecer las bondades de los modelos económicos aplicados en muchos países industrializados, pero también ha permitido establecer que estos modelos no pueden ser implantados en los países en vía de desarrollo por las diferencias económicas, sociales, culturales, políticas y ambientales. Es bajo este planteamiento que se pretende estudiar un sector que pueda ser moldeable a las características de cada país, región y que pueda tomarse como endógeno.

Las características antes nombradas son propias del turismo y por lo tanto la presente investigación tiene como meta definir la importancia turística en la región, determinar sus principales características en el Departamento y describir porque esta actividad puede ser definida como una alternativa de desarrollo regional.

Bajo este punto de vista, se pretende formular un análisis cuantitativo y cualitativo de todas aquellas variables que sirvan de pilar para sustentar los avances del sector turismo y además establecer la importancia de este sector dentro de la economía regional.

Para esto se debe crear la Cuenta Satélite de Turismo, una herramienta teorométrica (estadística turística) que servirá para realizar una investigación sobre lo real y no sobre lo empírico basado en suposiciones; y que permitirá reconocer la problemática del sector y las bondades del mismo en Nariño.

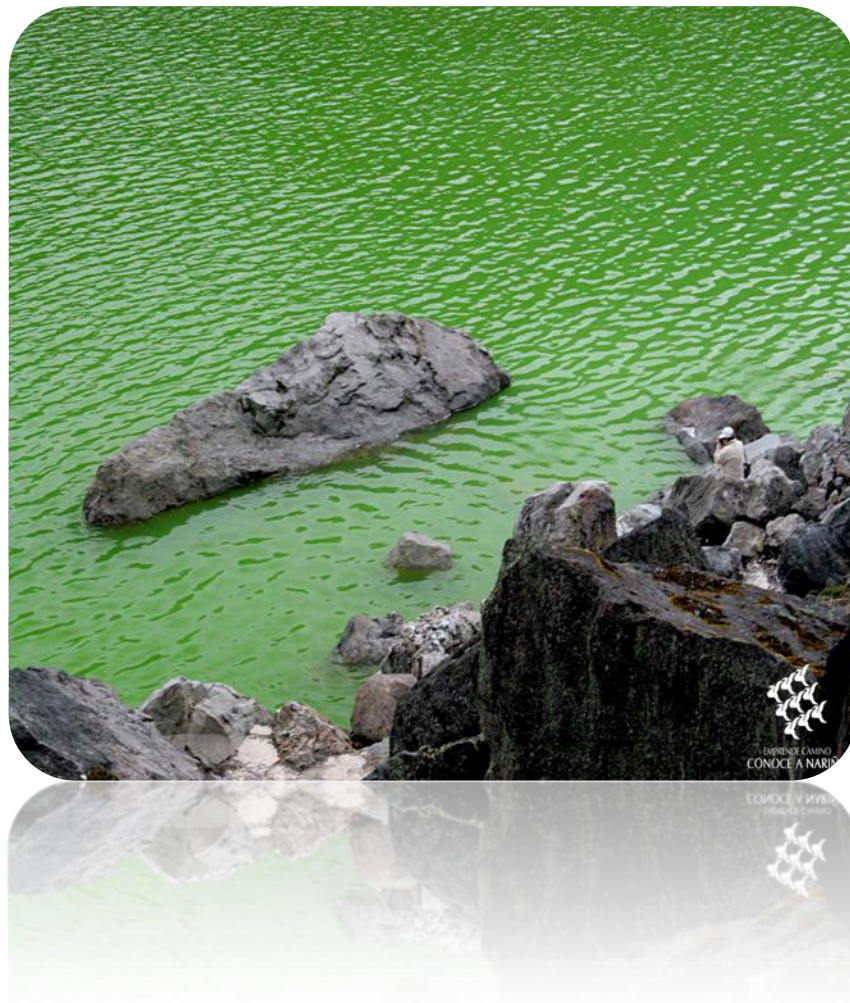
Este estudio se divide en 12 capítulos, los cuales van desde un estudio histórico del sector, hasta un estudio sobre las tendencias mundiales, nacionales y regionales actuales del turismo; finalmente se desarrolla la Cuenta Satélite de Turismo de Nariño, un estudio sobre el empleo, la inversión y se determina el impacto del fenómeno revaloratorio sobre esta actividad económica.

El desarrollo de esta tesis significo para los autores un reto académico y profesional que duro más de dos años, y que al final se convirtió en una gran satisfacción personal por el deber cumplido; guardando siempre las esperanzas de que el estudio sirva para mejorar el bienestar de la comunidad mediante su implementación dentro de los planes y proyectos regionales por su característica de estudio estadístico pionero sobre el sector en la región.

# 1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

*“La pobreza debe concebirse como la privación de capacidades básicas y no meramente como la falta de ingresos, que es un criterio habitual con el que se identifica la pobreza”*

**Amartya Sen (2000)**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

## **1.1. TEMA**

Actualmente muchos países del mundo han visto en el Turismo una alternativa de desarrollo para sus regiones debido a que muchas personas de diferentes latitudes han propendido por buscar nuevos destinos de descanso, para estudiar, para desarrollar la investigación y conocer culturas. Es bajo esta situación, que estos países han decidido implantar la Cuenta Satélite del Turismo (CST) debido a que con ella podrán determinar más fácilmente la importancia de esta actividad y así plantear al Turismo como un modelo de desarrollo endógeno, sustentable y sostenible. En base a este planteamiento se pretende crear la CST para Nariño y así comprobar que esta actividad será la base que permita a esta región salir adelante a nivel nacional y mundial ya que tendrá como pilar de desarrollo y conversión, aquellas ventajas comparativas derivadas de la posición geoespacial, hacia ventajas competitivas.

## **1.2. TITULO**

Importancia del Turismo para el desarrollo del Departamento de Nariño a partir de la estimación de la Cuenta Satélite del Turismo.

## **1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.3.1. Antecedentes**

A través de la historia de la humanidad, los países del mundo entero han enfocado sus capacidades y recursos al desarrollo de los diferentes sectores económicos que tratan de mejorar la calidad de vida de cada uno de sus habitantes. Sectores como la agricultura, las comunicaciones y la manufactura, tradicionalmente han representado las principales fuentes de ingresos para muchos países, lo que ha generado grandes industrias que buscan ser competitivas dentro de la actual globalización económica.

Los países en vía de desarrollo tienen como modelo a seguir la organización de dichas industrias y la tecnología utilizada por las mismas (generalmente industrias de países desarrollados). Sin embargo, existe un sector para el que la naturaleza y la cultura representan el principal valor, que además es único e irrepetible para cada país: *EL TURISMO*.

Las riquezas naturales, fauna, flora, mares, océanos, pisos térmicos y las diferentes regiones y culturas existentes en países tropicales, hacen de Latinoamérica un destino atractivo para cualquier persona.

A pesar de los problemas políticos, económicos y sociales, los cuales influyen y crean un ambiente que se encuentra en contravía para el desarrollo del sector turístico en América Latina, es importante el hecho de reconocer, valorar y conservar los recursos naturales que hacen de esta región, la zona con mayor biodiversidad del mundo y que genera gran atractivo para propios y visitantes.

En este sentido, el turismo se ha convertido en una de las ramas de la economía más importante de las últimas décadas, se observa como en el mundo entero ha mantenido su crecimiento y gracias al mismo se ha tratado de conservar el medio ambiente, las costumbres y se ha pretendido mantener algunos lugares de atractivo cultural; esto ha servido para mejorar la situación socioeconómica de algunas regiones.

Actualmente, bajo el modelo neoliberal y globalizante, las empresas turísticas se han visto beneficiadas; a esto se debe sumar que hoy en día muchos de los países industrializados, especialmente los Europeos, cuentan debido a la mayor tecnología, con una mayor flexibilidad en su jornada laboral, puesto que en la actualidad muchos trabajadores de los países desarrollados mantienen trabajos que les permiten disfrutar de largas horas para compartir con su familia momentos de recreación y de descanso, es decir, en estos países se ha iniciado “LA ERA DEL TIEMPO LIBRE”<sup>1</sup>, esto se ha convertido en una gran oportunidad para que este sector sea un dinamizador de procesos económicos especialmente para regiones como Latinoamérica, consideradas estratégicas por su biodiversidad y gran potencial para mantener un desarrollo sostenible y sustentable.

Según las estadísticas a nivel mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT), “El número de llegadas de turistas internacionales, ha crecido de 25 millones en 1950 a 806 millones en 2005, los ingresos generados por estas llegadas han crecido más que la economía mundial en su conjunto, alcanzando los 682.000 millones de dólares estadounidenses en 2005”<sup>2</sup>.

Iberoamérica absorbe el 15% de las llegadas de turistas del mundo y en 2005 generó 90 mil millones de dólares estadounidenses de ingresos<sup>3</sup>. El turismo constituye así una herramienta importante para impulsar el desarrollo en Iberoamérica y contrarrestar la pobreza, como destaca la publicación “Turismo en Iberoamérica”, realizada en conjunto por la OMT y la Secretaría General Iberoamericana y la VII conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo del 2007.

---

<sup>1</sup> MOJICA, José Francisco. Visión del futuro del mundo y escenario de América Latina. Conferencia pronunciada en la Universidad de la Habana, 2000. p. 29 – 30

<sup>2</sup> OMT. La Liberalización debe Vincularse con el Desarrollo Sostenible. Comunicado de prensa. Madrid/Porto Alegre, 1 de diciembre de 2006.

<sup>3</sup> *Ibíd.*

### 1.3.2. Situación actual

Nivel mundial:

En la actualidad el turismo se ha constituido en una de las industrias que presenta un crecimiento progresivo, aumentando de esta manera su protagonismo dentro de las economías de muchos países. A este fenómeno, le ha ayudado diversos factores que han fomentado el auge y la consolidación de dicho protagonismo; entre los factores que caben destacar se encuentran los medios de comunicación debido a que estos hacen posible que prácticamente la totalidad del planeta se convierta en un potencial destino turístico, ya que estos han generado la necesidad de mayor indagación cultural y de mayor aventura, otro de los factores importantes es el mejoramiento de la calidad de vida dentro de la mayoría de países del viejo continente, provocando una mayor búsqueda de bienestar social traducida en descanso familiar y en lugares nuevos y exóticos caracterizados por ese “realismo mágico” del cual habla Gabriel García Márquez.

Las estadísticas mundiales muestran a la industria turística como una actividad en expansión, apoyadas por el incremento de los viajes de corta estancia del denominado turismo doméstico, que ha impulsado el crecimiento, y además por la fuerte expansión de las llegadas de turistas extranjeros. En relación con este último aspecto, se puede establecer como la llegada de turistas internacionales se ha incrementado en 10%. En total a nivel mundial llegaron 760.000.000 de turistas internacionales en 2004, generando 514.4 miles de millones de dólares y 454.8.4 miles de millones de euros de ingresos<sup>4</sup>.

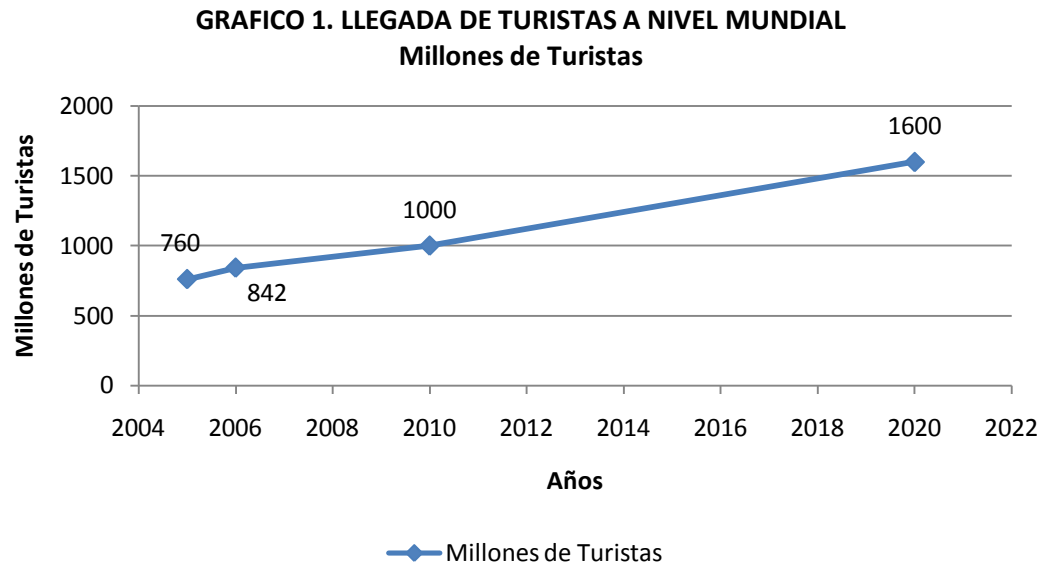
Es a raíz de estas tendencias y comportamientos del consumidor, que el turismo se está incrementado has el punto de establecer la OMT, que para el 2020, sean 1600 millones de turistas los que viajen alrededor del mundo (Gráfico 1).

Para muchos países, el turismo internacional constituye una fuente indispensable de ingresos en divisas extranjeras. Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo es una de las cinco mayores categorías de exportación para el 83% de los países, y la principal fuente de divisas extranjeras para un mínimo del 38% de ellos, de aquí que su importancia sea muy grande, en especial, para América, cuyo aporte al PIB durante los años 2000 – 2004 se ubicó en 4.8%, un punto por encima del promedio mundial (Tabla 1).

---

<sup>4</sup> Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”. Caracterización Ocupacional del Sector Turismo. Bogotá, 2006. p. 22

Para el año 2006 se registraron “842 millones de llegadas y un crecimiento de 4,5 %”<sup>5</sup>, superando de esta manera toda clase de expectativas. “Las últimas cifras del Barómetro OMT del Turismo Mundial parecen indicar que el 2007 consolidará esa evolución, y se convertirá en el cuarto año de crecimiento sostenido”<sup>6</sup>.



Fuente: OMT  
Para los años 2010 – 2020 las cifras son proyectadas

**TABLA 1. PORCENTAJE DE APOORTE  
TURISMO A REGIONES MUNDIALES**

AÑO 2000-2004		
REGIÓN	MILES DE MILLONES DE US\$	% PROMEDIO PIB TOTAL
África	23,7	3,5
América	588,5	4,8
Asia Pacífico	284,9	3,2
Europa	439,1	4,1
Oriente Medio	23,2	3,5
Mundo	1359,4	3,82

**FUENTE: Consejo Mundial de Viajes y Turismo.**

<sup>5</sup> OMT. Otro Año Récord para el Turismo Mundial. Comunicado de prensa. Madrid, 29 de enero de 2007.

<sup>6</sup> *Ibíd.*



Este crecimiento, ha situado al turismo como la principal actividad generadora de riqueza y empleo, junto a las industrias de la energía y de la robótica. En este sentido, distintos organismos como la OMT, y la UNCTAD (conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo) coinciden en señalar al turismo como primer sector económico a nivel mundial por el porcentaje de las exportaciones”<sup>7</sup>.

El turismo, además, posee factores internos que incrementan su valor social y económico, entre los que habría que destacar: la elevada intensidad de los recursos humanos que necesita, por la que actualmente uno de cada doce empleos en el mundo, es generado (directa o indirectamente) por el turismo. En este sentido, se estima que el empleo en la industria del turismo en todo el mundo, asciende a 192,2 millones de puestos de trabajo (uno de cada 12,4 empleos en el sector formal); para 2010, esta cifra debería ascender a 251,6 millones de puestos de trabajo<sup>8</sup>. Esto incluye el empleo generado por las actividades conexas que genera, incluido el impacto de los proveedores de la industria del turismo.

Por su parte el peso del turismo sobre la balanza comercial mundial es de 6%, No obstante, la OMC estimó que en el 2005 el turismo fue el segundo producto de exportación mundial después del petróleo que gracias a su precio tuvo un buen crecimiento (Tabla 2)

**TABLA 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL  
TURISMO SOBRE LA BALANZA  
COMERCIAL MUNDIAL**

	<b>2003</b>
Viajes / Exportaciones * 100	6%

**Fuente: OMT**

<sup>7</sup> UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE. Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables. Programa Educativo del Programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Barranquilla, 2003. p. 6

<sup>8</sup> Consejo Mundial de Viajes y Turismo “WTTC”. Tourism Satellite Accounting Research, Estimates and Forecasts for Governments and Industry, Londres, 2000.

## Indicadores turísticos para América y el Caribe

El mes de Marzo del 2007, La OMT publicó un documento dentro del cual se establecía el ranking de competitividad del sector turístico a nivel mundial; este documento demuestra como América Latina tiene un buen desarrollo turístico debido a que existen países, como Costa Rica, Chile, México, República Dominicana, Panamá, Uruguay, Brasil, Argentina que se destacan por mantener una alta demanda turística extranjera. (Tabla 3)

Para hacer este ranking, el Foro Económico Mundial mira si el país tiene una regulación adecuada, sus normas medioambientales, la seguridad, la salud y la higiene, la calidad del transporte aéreo y terrestre, el desarrollo de las infraestructuras de información y comunicación, la competitividad de los precios, el capital humano y los recursos naturales y culturales.

En el caso de Costa Rica, le fue bien porque tiene políticas para desarrollar el sector turístico, aprovechando sus recursos naturales, a través de "acuerdos bilaterales de servicios aéreos, escasos requisitos para la obtención del visado y un entorno propicio para las inversiones extranjeras".

---

**TABLA 3. RANKING MUNDIAL**

<b>LOS PAÍSES MAS COMPETITIVOS EN TURISMO</b>			
<b>1</b>	<b>SUIZA</b>	<b>41</b>	<b>COSTA RICA</b>
<b>2</b>	<b>AUSTRALIA</b>	<b>45</b>	<b>CHILE</b>
<b>3</b>	<b>ALEMANIA</b>	<b>49</b>	<b>MÉXICO</b>
<b>4</b>	<b>ISLANDIA</b>	<b>50</b>	<b>REPÚBLICA DOMINICANA</b>
<b>5</b>	<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>55</b>	<b>PANAMÁ</b>
<b>6</b>	<b>HONG KONG</b>	<b>56</b>	<b>URUGUAY</b>
<b>7</b>	<b>CANADÁ</b>	<b>59</b>	<b>BRASIL</b>
<b>8</b>	<b>SINGAPUR</b>	<b>64</b>	<b>ARGENTINA</b>
<b>9</b>	<b>LUXEMBURGO</b>	<b>72</b>	<b>COLOMBIA</b>
<b>10</b>	<b>REINO UNIDO</b>	<b>124</b>	<b>CHAD</b>

Fuente: World Economic Forum

---

Colombia ocupa el puesto 72 en el ranking de competitividad turística. En la tabla 4 se presentan los ítems más importantes en cuanto a la calificación de Colombia:

---

**TABLA 4. ÍTEMS DE COMPETITIVIDAD**

<b>CAPACITACIÓN DEL PERSONAL</b>	Puesto 67 con un puntaje de 3,5; 0,2 por debajo de la media (primer puesto Suiza)
<b>CALIDAD INFRAESTRUCTURA AÉREA</b>	Puesto 53 con un puntaje de 4,9 (Singapore)
<b>CALIDAD INFRAESTRUCTURA VIAL</b>	Puesto 87 con un puntaje de 2,6; 1,1 por debajo de la media (primer puesto Singapore)
<b>COSTOS COMERCIALES DEL TERRORISMO</b>	Puesto 122 con un puntaje de 3; 2 por debajo de la media (primer puesto Finlandia)
<b>COSTOS COMERCIALES DEL CRIMEN Y VIOLENCIA</b>	Puesto 101 con un puntaje de 3; 1,3 por debajo de la media (primer puesto Islandia)

Fuente: World Economic Forum

#### Contexto nacional

La competitividad del sector turístico según los últimos estudios, plantean que este sector para Colombia puede ser una fuente de negocios e inversión, debido a sus potencialidades y ventajas comparativas obtenidas de su posición espacial, que le permitirán generar beneficios que dinamicen su economía. Una de estas ventajas se refiere a la gran diversidad de atractivos turísticos, que hacen que Colombia tenga la posibilidad de ofrecer diferentes alternativas turísticas con las cuales puede competir en más mercados, ya que está ubicada geoestratégicamente dentro del Continente Americano por ser paso obligatorio de los turistas que viajan al norte o sur del continente.

“Colombia ocupa el primer puesto en mega biodiversidad, es el cuarto productor de agua del mundo, posee costas en dos océanos cuenta con 9.325.859 hectáreas declaradas como Parques Nacionales Naturales, con un gran potencial ecoturístico, así mismo, cuenta con cinco reservas de Biosfera declaradas por la UNESCO”<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Ibíd., Pág. 8

Además tiene un impresionante legado cultural prehispánico y colonial. El patrimonio folclórico es inmenso y diverso, posee 5 lugares declarados patrimonio histórico y cultural de la humanidad. Colombia también es el primero en producción de esmeraldas, el cuarto en carbón, en níquel y tiene una reserva potencial de 37 billones de barriles de petróleo.<sup>10</sup>

Según el documento The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007 del Foro Económico Mundial se establece que Colombia para el año 2005 registró 933.000 entradas de turistas internacionales que dejaron divisas por un valor de US\$1.218'000.000 de dólares estadounidenses.

Por su parte, el vice ministerio de Turismo establece dentro de su conferencia Retos y Oportunidades para El Turismo Colombiano en el Marco del TLC Estados Unidos – Colombia, que para el año 2005 la ocupación hotelera era de 56.47%, con un tráfico aéreo de pasajeros nacionales igual a 7.756.875, con un paso vehicular por peajes de 28.207.190, además establece que el turismo colombiano creció para el año 2005 dentro de un rango de 2.20% - 2.25% y que generó 361.890 (9940 empleos más que en el año 2004).<sup>11</sup>

### Contexto regional

En la actualidad el Departamento de Nariño ha visualizado en el Turismo un sector de Desarrollo, es por esta razón que la Gobernación Departamental ha creado la Oficina Departamental de Turismo, la cual busca en este sector una actividad de desarrollo socioeconómico para la población Nariñense y además, en base a esta actividad se creó una nueva cadena productiva base para el desarrollo Regional.

Dentro de las Estadísticas Departamentales no existe un estudio que referencie claramente el desarrollo histórico y actual del turismo departamental, esto se ve reflejado notoriamente cuando en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico De Nariño 2004 – 2010 se establece que “pese a que no se cuentan con estadísticas que cuantifiquen el desarrollo de esta actividad, el Departamento de Nariño cuenta con un potencial poco aprovechado y poco estudiado, que se puede constituir en el factor diferencial de la oferta turística regional, siendo entonces necesario ligar lo cultural al análisis del sector turístico”<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Ministerio de Desarrollo. Guía para la inversión en turismo. p. 4

<sup>11</sup> Las Estadísticas del Sector Turismo que desarrolla el Viceministerio de Turismo no reflejan la realidad de la Industria Turística debido a que no se las maneja dentro de los parámetros de la Cuenta Satélite del Turismo (CST), ya que solo tiene en cuenta los valores agregados de actividades como: Hoteles, Bares y Restaurantes.

<sup>12</sup> GOBERNACIÓN DE NARIÑO. SECRETARÍA DE PLANEACIÓN DEPARTAMENTAL. Plan Estratégico de Desarrollo Turístico De Nariño 2004 – 2010. San Juan de Pasto, 2004. p. 22

En este sentido se puede establecer empíricamente que el turismo es un sector que jalonará el Desarrollo Departamental, esto debido a que Nariño es una zona de gran biodiversidad, que tiene todos los pisos térmicos, factor que facilita el desarrollo de cualquier actividad turística y además cuenta con grandes atractivos Naturales como son: el Volcán Galeras con su reserva natural, El humedal la Cocha, La Reserva Natural la Planada, El Paramo de la Paja Blanca, etc.

### **1.3.3. Planteamiento del problema**

OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN: El Turismo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

PREGUNTA GENERAL

- ¿Es el Turismo una alternativa de Desarrollo para el Departamento de Nariño?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Es posible Estimar la Cuenta Satélite del Turismo para el Departamento de Nariño?
- ¿Que influencia tiene el PIB Turístico sobre del PIB regional?
- ¿Qué Influencia tiene la Inversión Turística sobre la Inversión Regional del Departamento de Nariño?
- ¿Qué importancia tiene el empleo Turístico sobre el Empleo de Nariño?
- ¿Qué Importancia tiene el Desarrollo Turístico en el cuidado de la Biodiversidad de Nariño?
- ¿Qué municipios de Nariño son más competitivos para realizar Turismo, teniendo en cuenta variables como la Inseguridad, la Infraestructura y los servicios Turísticos?
- ¿Qué Impacto tiene la Revaluación del Peso Colombiano sobre el Turismo de Nariño?

## 1.4. JUSTIFICACIÓN

El turismo a nivel mundial se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos e importantes en el crecimiento económico de muchos países. El continuo avance tecnológico en algunas regiones del mundo y la nefasta aplicación de la “receta económica”, llamada también la agenda del Consenso de Washington, en los países latinoamericanos que tuvo como resultado un mayor atraso en el aparato productivo como efecto de la baja competitividad de los productos de esta región al compararlos con productos de países; no deja otra alternativa que buscar una nueva forma de desarrollo a partir de los recursos con que se cuenta. Colombia no ha sido ajena a esta realidad, es por eso que se plantea un desarrollo a partir del sector turístico, debido a que este es un sector que además de generar un crecimiento en el PIB, tiene la característica de ser un generador de empleo. Nariño es un Departamento caracterizado por la baja industrialización y por llevar procesos de agroindustria no acordes con el bienestar futuro del medio ambiente (agroindustria de la palma de aceite), en este sentido se pretende establecer el desarrollo de la región a partir de la Industria Turística, un sector también conocido como la industria sin chimeneas y que además de generar crecimiento económico, también pretende generar bienestar social y desarrollo sostenible y sustentable.

Analizar la influencia del Turismo en la actividad económica implica crear la construcción de la Cuenta Satélite del Turismo y además buscar en el empirismo su mayor herramienta de análisis, ya que solo de esta manera se podrá entender a la sociedad y formular correctamente una propuesta de solución al problema de atraso de Nariño.

Finalmente, se debe establecer que hace muchos años, Nariño fue un Departamento promisorio; caracterizado y recordado no solamente por ser la entrada al territorio Nacional por el sur-occidente Colombiano, sino por ser en primer lugar, un Departamento que tenía como líder militar al “indio de La Laguna Juan Agustín Agualongo, cuya lealtad al rey de España lo indujo a enfrentarse a Bolívar hasta cuando fue preso y fusilado por José María Obando en 1824”<sup>13</sup>; y en segundo lugar por tener la ciudad más odiada por el libertador Simón Bolívar cuando en una de sus cartas escribió: “La infame Pasto ha vuelto a levantar su odiosa cabeza de sedición, pero esta cabeza quedará cortada para siempre”<sup>14</sup>. Esta importancia geoestratégica y la maravillosa historia que tiene esta región, permite establecer que el Departamento merece un análisis de sus alternativas de desarrollo las cuales no solo se queden en la teoría, sino que sean aplicadas como soluciones al problema debido a que el fin de las investigaciones no solo es

---

<sup>13</sup> SAMPER, Daniel. Los Pastusos Anotaron un gol a la Historia. Bogotá. 28 de junio de 2006. Tomado de: [http://radiospasto.blogspot.com/2006\\_06\\_01\\_radiospasto\\_archive.html](http://radiospasto.blogspot.com/2006_06_01_radiospasto_archive.html).

<sup>14</sup> BOLÍVAR, Simón. Correspondencia 1823. Quito. 28 de junio de 1823. On line: [http://www.pacocol.org/es/Biblioteca/001\\_Bolivar/003\\_Discursos\\_y\\_proclamas/125.htm](http://www.pacocol.org/es/Biblioteca/001_Bolivar/003_Discursos_y_proclamas/125.htm)

el estudio de una teoría, sino que también el dar soluciones a los conflictos socio-económicos de un territorio. Es decir, este estudio además de significar un análisis económico regional, llevará un carácter social que busca recordar a muchos profesionales de las ciencias sociales que son esta clase de problemas los que están llamados a resolver.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo general**

- Determinar la Importancia del Turismo para el Desarrollo del Departamento de Nariño.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Estimar la Cuenta Satélite del Turismo para el Departamento de Nariño.
- Evaluar la influencia del PIB Turístico sobre del PIB regional.
- Examinar la Influencia de la Inversión Turística sobre la Inversión Regional del Departamento de Nariño.
- Determinar la importancia del empleo Turístico sobre el empleo de Nariño.
- Establecer la importancia del Desarrollo Turístico en el cuidado de la Biodiversidad de Nariño.
- Identificar los municipios de Nariño más competitivos para realizar Turismo, teniendo en cuenta variables como la Inseguridad, la Infraestructura y los servicios Turísticos.
- Evaluar el Impacto de la Revaluación del Peso Colombiano sobre el Turismo de Nariño.

## **1.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.6.1. Universo de estudio**

Dentro de la investigación se realizará un análisis sobre aquellos elementos destacados relacionados con el Turismo como son: Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viaje, Terminales Terrestres, de las Ciudades de Pasto, Ipiales y Tumaco.

### **1.6.2. Espacio geográfico**

Departamento de Nariño.

### **1.6.3. Tiempo**

Del 2 de Julio de 2007 – 1 de Abril de 2008



## 2. MARCO DE REFERENCIA

*“La economía que originalmente se derivó de la filosofía moral, perdió de pronto gran parte de su dimensión humana que fue reemplazada por teorías caprichosas y trivialidades técnicas, incomprensibles para la mayoría e inútiles para todos, excepto tal vez para sus autores que suelen ganar premios por haberlas elaborado”.*

**Manfred Max-Neef (1986)**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

## **2.1. MARCO TEÓRICO**

### **Cuenta Satélite del Turismo:**

Antes de empezar con el análisis de la evolución conceptual del Turismo se debe desarrollar el significado de la Cuenta Satélite del Turismo (CST) y su función, aquí se debe entender que la CST es prácticamente una nueva herramienta de análisis cuantitativo y que es definido por la Organización Mundial del Turismo como: “Como un nuevo instrumento estadístico de conceptos, definiciones, agregados, clasificaciones y tablas, compatibles con las directrices internacionales de la contabilidad nacional, que permitirá realizar comparaciones válidas entre regiones, países o grupos de países y, hacer también comparables estas estimaciones con otros agregados macroeconómicos y compilaciones admitidas internacionalmente”, a este concepto se debe sumar la importancia que resalta el Dr. Francesco Frangialli, Secretario General Organización Mundial del Turismo, quien en su conferencia: “El Interés de la CST para los responsables políticos” estableció que: “la Cuenta Satélite de Turismo (CST) y la elaboración de estadísticas de turismo pueden contribuir al incipiente papel de liderazgo que desempeñan las Administraciones Nacionales de Turismo (ANT) o Administraciones Regionales de Turismo (ART) en un marco interinstitucional”, afirmación realizada porque que las Estadísticas Turísticas y la CST son importantes para las ANT y ART, debido que contar con más o mejores estadísticas es una condición necesaria para que los responsables políticos tomen decisiones de un modo más eficaz

### **El Turismo:**

Actualmente el turismo es descrito como todas “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”<sup>15</sup>, sin embargo, este concepto no ha sido siempre el mismo, durante los últimos siglos esta noción ha venido tomando nueva formas y desarrollando nuevos aspectos que permiten la manipulación cuantitativa de la variable.

En este sentido se incursionará en el análisis de las diferentes teorías que han hecho del turismo una variable importante para la economía de muchos países, no sin antes reconocer que en el planeta la situación geográfica de muchas regiones

---

<sup>15</sup> Comisión de las comunidades Europeas “EUROSTAT”, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico “OCDE”, Organización Mundial del Turismo “OMT”, División estadística de Naciones Unidas. Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, Paris, 2001.

ha posibilitado el desarrollo de diversos escenarios naturales favorables para el buen desempeño de esta actividad.

La historia ha permitido establecer que los primeros desplazamientos turísticos se realizaron por motivos religiosos: básicamente lo que hoy en día se conoce como peregrinaje.

Es en Europa donde el Turismo Moderno hace su aparición, en el S. XVIII, de la mano de la nobleza inglesa, que practica el "tour"<sup>16</sup> atraída por el conocimiento de recursos histórico-culturales para incrementar su cultura. La invención del ferrocarril en el S. XIX provocó la expansión de las zonas turísticas y de la demanda, ya que al abaratarse los costos de transporte, se amplían las posibilidades de viaje a la burguesía.

Durante este periodo "los flujos turísticos seguían una línea contraria a la existente en la actualidad: se dirigían al mar en invierno y a la montaña en verano, puesto que la moda era la palidez"<sup>17</sup>.

Fue solo hasta el siglo XX que con la aparición del avión, las autopistas, y el mayor uso del automóvil, el turismo pudo ser practicado por un gran porcentaje de personas de Europa, las cuales se vieron beneficiadas, también, por las mejoras en las condiciones laborales y el incremento de sus ingresos.

## **DEFINICIÓN CLÁSICA DEL TURISMO**

### **Adam Smith (1776):**

No establece una noción clara sobre el turismo, sin embargo, ya percibe el desplazamiento poblacional que se vive en Inglaterra y lo describe en su libro cumbre: *Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*, así: "En Inglaterra se va imponiendo cada vez más la costumbre de enviar a los jóvenes de viaje a países extranjeros inmediatamente después de su estancia en los centros de enseñanza para que asistieran a alguna universidad. Se dice que nuestros jóvenes regresan muy bien preparados gracias a sus viajes."<sup>18</sup> Como se observa, es desde los siglos XVII y XVIII cuando ya las personas se movilizaban por cuestiones de obtener una mayor culturización y un mayor saber, es decir, se desplazaban buscando un mayor conocimiento que le

---

<sup>16</sup> Se cree que es de este término del que proceden las palabras turismo y turista.

<sup>17</sup> F.J.Blanca Peral y E.M. Buitrago Esquinas (2005). Estructura y política turística de Sevilla. Edición electrónica a texto completo en [www.eumed.net/libros/2005/bpbe/](http://www.eumed.net/libros/2005/bpbe/)

<sup>18</sup> SMITH, Adam. *Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*. Fondo de Cultura Económica. México, 1976. p. 681.

sirva para el crecimiento y satisfacción personal, y aunque Smith no involucre claramente la palabra “Turista”, ya pone en claro los desplazamientos.

### **Eduard Guyer-Freuler (1905):**

Economista Suizo, fue uno de los primeros que trató de documentar la evolución histórica del turismo, en este sentido se refiere en su trabajo: *fremdenverkehr und hotelwessen* “a las fondas y mesones que existían en las ciudades de la edad media europea, así como a la hospitalidad que practicaban tanto los monasterios como los gremios”<sup>19</sup>. Además reconoce la práctica de la hospitalidad como resultado de que el turismo se consumía en Europa ya hace muchos siglos, cabe destacar dentro de su planteamiento el involucramiento de variables claves para hoy en día cuantificar a este sector como por ejemplo: los restaurantes (fondas) y los hoteles (monasterios).

### **Hermann von Schullern zu Schrattenhofen (1911):**

Economista austriaco, discípulo del fundador de la escuela de economía de Viena, Karl Menger, definió al turismo como: " el conjunto de todos los procesos, sobre todo económicos, que ponen en marcha las llegadas, estancias y las salidas de turistas a y desde una determinada comunidad, región o estado y que se relacionan directamente con ellas”<sup>20</sup>. Dentro de este planteamiento se resalta el flujo de turistas ya que hoy en día esta es una variable clave que sirve para la cuantificación de la demanda turística.

### **Alfred Marshall (1919):**

En su obra: *industria y comercio*, plantea que “El efecto neto...de la mejora de los servicios prestados a los viajeros, fue invariablemente, y de acuerdo con la vigencia de la Ley de Lardner sobre Precios en el Transporte y el Comercio, mutatis mutandi, fue un aumento del tráfico proporcionalmente al cuadrado de la distancia a la que se efectuaba y desde la que el turista era atraído”<sup>21</sup>. Marshall fue uno de los economistas con más enfoque matemático de la historia, de aquí su aporte más importante que es el de la teoría de la utilidad marginal, pero esto también permite entender el porqué del gran enfoque matemático en su teoría sobre el flujo turístico.

---

<sup>19</sup> MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco. *Critica de la Economía Turística: Enfoque de Oferta versus Enfoque de Demanda*. Madrid, 1992. p. 3

<sup>20</sup> *Ibíd.*, p. 319

<sup>21</sup> MARSHALL, Alfred. *industria y comercio*, 1919. p. 27.

### **Angelo Mariotti (1933):**

Este autor hace referencia a la organización que tenía Roma en el sector turístico en la era del imperio romano, según él, “existía una moneda específica, la tessera hospitalis; el cursus publicus daba derecho a recibir servicios de restauración y transporte a los viajeros; se disponía de empresas privadas de transporte y existían profesionales que daban servicios de guía. Los itinerarios y los balnearios eran objeto de recomendación a los forasteros, lo mismo que las especialidades culinarias”<sup>22</sup>. Cabe destacar la utilidad de la moneda dentro de la economía, pero también no se debe restar importancia a la organización del pueblo romano sobre los servicios que se prestaban al turismo como son: el transporte, los balnearios y los servicios de guía.

### **A. J. Norval (1936):**

Economista Británico. Su historia del turismo destaca en primera instancia la invención del ferrocarril como un elemento de gran importancia que facilitó el desarrollo de los viajes internacionales y el papel del inglés Thomas Cook quien mediante la organización de “una conferencia de antialcohólicos estaba organizando también la primera excursión publicitada en Inglaterra entre Loughborough y Leicester, el mes de julio del año 1841. Como consecuencia del éxito de su actividad, la Midland Railway Company le encargó planificar y realizar excursiones para los miembros de las sociedades antialcohólicas y para los niños de la Sundayschool durante los meses de verano de 1842, 1843 y 1844”<sup>23</sup>. Dentro de este planteamiento se debe resaltar la creación del turismo como actividad económica, debido a la creación y contratación para generar distracción y cambio de lugar de estancia, sin embargo, esto también se logró con la creación del ferrocarril.

## **NUEVOS ENFOQUES TEÓRICOS**

### **Michele Troisi (1940):**

Economista Italiano, profesor de la Facultad de Economía y Comercio de la Universidad de Bari. Su preocupación principal radicó en el estudio del fenómeno turístico desde el punto de vista de las ciencias económicas a partir de los años treinta. En 1940 publicó en Bari su trabajo sobre economía del turismo titulado: *La rendita turística*, en donde plantea su noción del turismo con miras a desarrollar.

---

<sup>22</sup> MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco. Op. cit., p. 2

<sup>23</sup> A. J. NORVAL. The Tourist Industry. Traducido al español por Francisco Muñoz Escalona. “La Industria Turística”. Madrid. 2004, 1936. p. 28

Troisi propone que "el ritmo febril de la vida moderna ha hecho surgir nuevas exigencias entre las cuales se encuentra un descanso más o menos breve en la actividad diaria. Durante la interrupción del trabajo, los individuos, en número ciertamente creciente, se alejan de su residencia habitual para dirigirse hacia la localidad en la que las bellezas naturales, la mayor salubridad del clima y el descanso vigorizan el organismo y tonifican la mente. Esta necesidad fisiológica se manifiesta hoy de un modo intenso y generalizado entre las clases sociales; se establece una situación de angustia y de insatisfacción de la que cada cual trata de huir. Aún más que en el pasado, se siente el impulso de abandonar el ambiente del trabajo diario, de vivir libremente y gozar de las múltiples atractivas ofertas de la naturaleza y de la industria que está del lado del hombre. Se origina así ese movimiento de personas que va de la ciudad al campo, los lagos, los montes y los mares. Los medios de transporte, que resultan más económicos cómodos y seguros, facilitan el aumento de los desplazamientos de multitudes de un lugar a otro. Los fines de semana, durante los días de fiesta y, sobre todo, en algunas épocas del año, el tráfico alcanza proporciones desorbitadas"<sup>24</sup>.

#### **Walter Hunziker - Kurt Krapf (1942):**

Funcionarios del Departamento de Economía y Estadística de Suiza. Publicaron en 1942 la obra titulada: *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, título que traducido significa: "Elementos de la doctrina general del turismo" y la cual es considerada como un clásico y a sus autores como "los padres del turismo". En este libro, los autores se refieren al turismo como "el conjunto de relaciones y fenómenos que se derivan de la estancia de forasteros en tanto que (dicha) estancia no dé lugar a la radicación para el ejercicio de una actividad lucrativa principal permanente o pasajera"<sup>25</sup>. Cabe destacar de este planteamiento la posición que tienen los autores sobre el tiempo de estancia por parte de los Turistas, además de la no radicación de estos en el lugar que visitan por motivos laborales.

#### **Otto Ludwig Römer (1947):**

Escritor de la obra *Die Saisonschwankungen in schweizerischen Fremdenverkehr*, dentro de la cual concibe el turismo desde el punto de vista de la dedicación de los ingresos individuales y su distribución entre diferentes opciones de consumo. "Hablamos de turismo, cuando un consumidor aplica una parte de sus ingresos a vacaciones y viajes así como a la satisfacción de otras necesidades personales para las que es necesario efectuar un cambio temporal de ciudad sin que entre la

---

<sup>24</sup> TROISI, Michele (1940). La rendita turística, Vol. III. Traducido al español por Francisco Muñoz Escalona en su libro: *Critica de la Economía Turística: Enfoque de Oferta versus Enfoque de Demanda*. Madrid. 1992, p. 40.

<sup>25</sup> MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco. Op. cit., pág. 53

decisión de utilizar tales ingresos y la ganancia de ingresos haya relación causal alguna<sup>26</sup>.

### **Antonio Pulido (1966):**

En 1966 publicó el texto de su tesis doctoral titulada *Introducción a un análisis econométrico del turismo*, en donde realizó un análisis econométrico exclusivamente sobre la demanda "turística".

Pulido utiliza en sus modelos econométricos de demanda, la variable renta, los precios y la posibilidad de sustitución del turismo por otros bienes.

En su búsqueda del concepto económico del turismo, Pulido afirma que los turistas se caracterizan "por tener su fuente de ingresos en otro país distinto al que visitan"<sup>(27)</sup>. Para Pulido el turismo "rompe esta armonía del hombre productor y consumidor en el mismo lugar". Es decir, en el circuito económico cerrado se produce un escape y parte de las rentas percibidas por las economías domésticas de las empresas (o del Estado) del país, no se emplean en comprar bienes y servicios producidos por estas empresas, sino los que se han producido en otra nación". Pulido hace las siguientes puntualizaciones que él considera como fundamentales para la teoría económica del turismo:

1. El turismo puede estar referido a cualquier ámbito. Con esta expresión, Pulido acepta que turismo es tanto el "internacional" como el "nacional" o el "regional". (Excluye, por tanto, el turismo "local".)
2. El fenómeno turístico es independiente del motivo que lo provoca, pudiendo ser tanto vacacional o cultural, como comercial, curativo, sentimental, por tránsito, etc.
3. No es necesario un tiempo mínimo de estancia o que se detenga en el país que se recorre para ser considerado como turista. Sólo a efectos prácticos Pulido acepta la distinción entre turistas y excursionistas, pero no conceptualmente<sup>(28)</sup>.

---

<sup>26</sup> *Ibíd.*, p. 54

<sup>27</sup> Ya se explicó que el primero que utilizó esta nota diferencial fue O. W. Römer (1947), aunque fueron Bernecker (1957) y más tarde Carone (1959) quienes enfatizaron en el enfoque que se deriva de la noción clásica según el cual el turista es un consumidor desplazado de su residencia habitual que por no ejercer actividades lucrativas en "destino", ha de obtener sus ingresos en otro lugar diferente.

<sup>28</sup> El concepto de Turista hace referencia a los visitantes que permanecen por lo menos 24 horas en el país visitado y cuyos motivos de viaje pueden ser agrupados en: Ocio, salud, Estudios, Religión, Deportes, negocios, asuntos familiares, Misiones. Por su parte el concepto de Excursionista hace alusión a aquellas personas que permanecen menos de 24 horas en el país visitado, incluidos los viajes de cruceros.

4. Todo desplazamiento de personas lleva consigo una traslación de renta de carácter turístico. Pulido exceptúa los casos de cambio de residencia, traslados al lugar de trabajo y otros similares.

Pulido propone la siguiente definición de turista: "En un sentido amplio, turista es toda aquella persona que, con motivo de su desplazamiento del lugar de residencia habitual, efectúa un gasto en bienes de consumo en un lugar distinto de aquel de origen habitual e inmediato de los ingresos que sirven para financiarlo".

#### **Fernández Fuster (1967):**

Fuster fue profesor de la Escuela Oficial de Turismo de Madrid. Su obra titulada: *Estudio sobre Estrangulación – Saturación de Municipios Turísticos en la Ciudad del Sol*, ha sido una obra de consulta obligada para todos los estudiosos del turismo que utilizan el español como lengua propia. Pues se trata de un manual que cubre todo lo que el turismo abarca.

Para Fuster el "Turismo es, por un lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por el otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transporte, espectáculos, guías-intérpretes, etc., que el núcleo (turístico) debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden...Turismo son las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda que hay que planear, ejecutar y difundir; la creación de Oficinas de Información; la creación de escuelas para la enseñanza del Turismo; el estudio del Turismo para deducir las líneas generales de la política a seguir, la promoción del Turismo social."<sup>29</sup>

#### **Pierluigi Graselli (1989):**

Fue director del Centro Italiano de Estudios Superiores del Turismo y de la Promoción Turística de Asís y establece que el turismo puede ser definido como: "...el conjunto de los fenómenos y relaciones que tienen lugar debido a la interacción de los turistas, empresas, gobiernos y comunidades anfitrionas del proceso de atracción y hospedaje de tales turistas y otros visitantes"<sup>30</sup>. Además establece que los elementos necesarios para una definición correcta son: objeto del viaje, medio de transporte empleado, duración de la estancia, distancia recorrida. En función del motivo u objeto del viaje destaca la existencia de una "tipología turística"

---

<sup>29</sup> MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco. Op. cit., p. 67 – 68.

<sup>30</sup> GRASELLI, Pierluigi (1989). Economía e Política del Turismo. Traducido al español por Francisco Muñoz Escalona en su libro: *Critica de la Economía Turística: Enfoque de Oferta versus Enfoque de Demanda*. Madrid, 1992, Pág. 90



bastante amplia, siguiendo para ello la obra del italiano F. Paloscia, *Economía del turismo*:

- Turismo de reposo y curación.
- Turismo cultural.
- Turismo deportivo (como actor y como espectador)
- Turismo de negocios.
- Turismo de congresos.
- Turismo religioso.

A esta relación añade el turismo de compras, el turismo gastronómico.

### **VISIONES INSTITUCIONALES:**

#### **Organización de las Naciones Unidas:**

En 1963 se llevó a cabo en Roma la Conferencia sobre el Turismo y los Viajes Internacionales. Esta conferencia de la ONU fue propiciada por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT). La conferencia tuvo lugar entre los días 21 de agosto y 5 de septiembre en la ciudad de Roma. Estuvieron presentes delegaciones de 87 Estados, de 5 instituciones especializadas, de 7 organizaciones intergubernamentales y de 14 no gubernamentales.

En la primera parte del texto de recomendaciones se incluyen las siguientes definiciones de los términos turista y visitante "con fines estadísticos internacionales".

Turistas son "los visitantes que permanecen al menos 24 horas en el país visitado y cuyos motivos de viaje pueden ser agrupados en:

- a) Ocio: placer, vacaciones, salud, estudios, religión y deportes.
- b) Negocios, asuntos familiares, misiones, reuniones.

Excursionistas, es decir, los visitantes temporales que permanecen menos de 24 horas en el país visitado, incluidos los viajeros que utilizan cruceros"<sup>31</sup>.

Esta definición de turistas y excursionistas es la que heredó la Organización Mundial del Turismo que, el 2 de enero de 1975, sustituyó a la UIOOT. Desde

---

<sup>31</sup> *Ibíd.*, p. 80 – 81

entonces, las conferencias mundiales sobre turismo las convoca este organismo anualmente en los diferentes países miembros.

El Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) de Francia realiza encuestas sobre las vacaciones realizadas en su territorio y considera turista a aquellos que pasan al menos cuatro días fuera de su domicilio habitual por motivos diferentes a la profesión, los estudios o la salud.

### **Organización Mundial de Turismo (1991):**

La OMT planteo que "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos"<sup>32</sup>. De este modo, el turismo se caracteriza por Incluir un conjunto de actividades (actividad multisectorial), que realizan las personas (actividad humana) durante sus estancias fuera de su residencia habitual (debe existir un desplazamiento), por diversos motivos (el motivo del viaje no sirve como criterio delimitador del turismo, el turismo no sólo incluye los viajes de ocio).

Por otra parte la OMT afirma que el turismo es una actividad esencial para la vida de las naciones y que su desarrollo está relacionado con la libertad de viajar, "considerando que el turismo puede desarrollarse en un clima de paz y seguridad que puede lograrse mediante el esfuerzo común de todos los Estados para promover la reducción de la tensión internacional y fomentar la cooperación internacional con un espíritu de amistad, respeto de los derechos humanos y comprensión entre todos los estados."<sup>33</sup>

Otros autores conceptualizan al turismo como: "un conjunto de relaciones entre turistas, empresarios, entidades del gobierno en el origen y el destino, comunidades receptoras, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, y entre los procesos de atracción, transportación, alojamiento y administración de esos turistas y visitantes" (Weaver y Oppermann, 2000)<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Estadísticas Básicas Sobre Estadísticas del Turismo. On line: [http://www.unwto.org/estadisticas/basic\\_references/index-sp.htm](http://www.unwto.org/estadisticas/basic_references/index-sp.htm).

<sup>33</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial. Conferencia Mundial del Turismo. Manila, 1980.

<sup>34</sup> Citado por Figueredo, R. "Aprovechamiento económico como alternativa de preservación del patrimonio cultural construido - El caso del turismo en el Centro Histórico de Bogotá' Tesis de grado magíster en Planificación y administración del desarrollo regional Universidad de Los Andes, Bogotá. 2002

**FIGURA 1. ELEMENTOS DIFERENCIALES ENTRE EL MODELO CLÁSICO Y EL NUEVO MODELO TURÍSTICO**

MODELO TRADICIONAL DE “SOL Y PLAYA BARATO”	NUEVO MODELO “DIVERSO Y DE CALIDAD”
<b>DEMANDA</b>	
Motivaciones: - Sol y playa.	Motivaciones: - Sol y playa + otros (rural, deportivo, congresos).
- Precios baratos.	- Mayor calidad.
Características: -Turismo pasivo.	Características: - Turismo activo.
- Turismo masificado.	- Turismo individualizado.
Origen: - Fundamentalmente extranjero.	Origen: - Fundamentalmente nacional.
Destino: - Puntos concretos.	Destino: - Menor concentración.
Estacionalidad: - Muy marcada: Junio, Septi, Diciembre	Estacionalidad: - Decreciente.
Estancia media: - Normalmente larga, unas vacaciones/año.	Estancia media: - Decreciente, fraccionamiento vacaciones.
Gasto medio: -Reducido.	Gasto medio: - Creciente.
<b>OFERTA</b>	
Alojamiento: - Hoteles / apartamentos.	Alojamiento: - menor utilización de hoteles, mayor utilización de
- Escasa importancia del camping.	Otras tipologías (casas rurales, balnearios, etc.).
Complementaria: - Muy escasa (específica = nula).	Complementaria: - Se convierte en elemento diferenciador principal.
Características: - Elemento diferenciador: precios baratos.	Características: - Elemento diferenciador: calidad.
- Concentrada: espacial/motivacional.	- Diversa: espacial/motivacional.
- Dependiente Tour Operadores (TO) extranjeros.	- Menor dependencia TO extranjeros y mayor de TO nacionales y mayor asociacionismo.
- Impacto medioambiental.	- Entorno medioambiental cuidado.
- Deficiencias en recursos humanos.	- Creciente profesionalización.

FUENTE: Buitrago Esquinas, E. M., “El Sector Turístico y la Política Económica” en Vallés Ferrer, J. (Dir.), La Política Económica de España, Tirant lo Blanch, Valencia, 2002.

Una vez analizadas todas aquellas teorías referentes al Turismo, cabe establecer uno de los referentes más importantes dentro de los actuales impulsos hacia el Desarrollo del Sector turismo.

Francisco José Mojica, a partir de su planteamiento sobre la “Era del Tiempo Libre”, explica como en países Europeos existe una gran tendencia a disminuir el tiempo laboral, gracias a las nuevas tecnologías, dedicando el tiempo sobrante a desarrollar actividades de ocio; sobre este aspecto, Mojica se refiere de la siguiente manera: “Aproximadamente el 50% del ingreso de un país como los Estados Unidos dependerá de actividades relacionadas con el manejo del ocio: turismo, bares, recreación, espectáculos, empresas de recreación (Disney, Warner-Turner, Simón & Schuster etc.), cine, televisión y toda suerte de actividades electrónicas”<sup>35</sup> adicionalmente establece que en esta “era de cambios es que países como los nuestros van a tener la oportunidad de convertirse en captadores de turismo internacional, por sus escenarios naturales, su clima tropical, la amabilidad de sus gentes y la variedad de culturas y costumbres”<sup>36</sup>. Este planteamiento permite, al lector, dilucidar claramente sobre el Futuro del Turismo, dejando en claro que Latinoamérica será a futuro un Continente llamado a recibir Turistas Extranjeros, especialmente de los países Europeos donde las condiciones laborales de los trabajadores son muy buenas, permitiéndoles obtener mayor calidad de vida.

Hasta el momento, las ideas sobre la Era del Tiempo Libre, han reflejado la realidad de los países Industrializados, en donde se ha planteado, a futuro, trabajar 20 horas semanales como en Europa, y como en Estados Unidos, pasar de tener 12 días libres al año, a tener 30 días libres. Estas situaciones, reflejadas en el planteamiento de Mojica, se convierten en los principales pilares que han llamado la atención de muchos autores y han decidido hacer investigación sobre el Turismo.

A nivel Mundial el País que más a desarrollados su industria, según el Foro Económico Mundial, es Suiza; este país, en el año 2006, registró una entrada de más de 7'229.000 turistas extranjeros, que le dejaron ingresos por US\$11.040'000.000 de dólares estadounidenses. Este país se destaca por tener una muy buena infraestructura aeroportuaria, que le da una calificación de 9 sobre los 100 puntos, ocupó el puesto 4 en Infraestructura Turística, el puesto 5 en cuanto a seguridad y el puesto 33 en la línea de recomendación para realizar viajes de negocio.

El ranking tiene como segundo mejor destino turístico a Austria, seguido de Alemania.

---

<sup>35</sup> MOJICA, José Francisco. Op. cit., Pág. 30

<sup>36</sup> *Ibíd.*, p. 31

En cuanto a Latinoamérica, el país que se encuentra mejor posicionado es Costa Rica, este país en el 2005 registro una entrada turística de cerca de 1'679.000 visitantes extranjeros, que le dejaron divisas por cerca de US\$1.570'000.000 de dólares Estadounidenses.

Costa Rica se caracteriza por tener una infraestructura Turística ubicada en el puesto 36, además que la infraestructura aeroportuaria ubicada en el puesto 44, ocupa el puesto 17 en la categoría de recomendación para realizar viajes de negocio y el puesto 12 en cuanto a protección de las áreas naturales.

Chile es el segundo país latinoamericano preferido para realizar Turismo, en el año 2005 registró una entrada de 2'027.000 de turistas extranjeros, que le representaron ingresos por US\$1.256'000.000 de dólares americanos. Este país se destaca por no exige visa a sus visitantes, ocupa el puesto 44 en cuanto a la protección de la áreas naturales, y el puesto 60 en cuanto a la categoría de recomendación para realizar viajes de negocio.

El Desarrollo de la Industria Turística en Nariño está empezando a dar sus primeros pasos, hasta el momento no se cuantifica el número de Turistas que entran anualmente al Departamento, sin embargo, se puede tener un acercamiento a la realidad a partir del índice de ocupación hotelera en Pasto (Tabla 5), que establece que entre el año 2002 – 2004 el sector hotelero presento un incremento al pasar de 30.5% a 41.3%, para el año 2005 este indicador cae al 35.8% y para el año 2006 se recupera y presenta su mayor pico al ubicarse en 45.1% como resultado de una campaña agresiva de publicidad adoptada por las entidades relacionadas con el turismo.

**TABLA 5. OCUPACIÓN  
HOTELERA**

**Pasto**

<b>Año</b>	<b>% Ocupación</b>
2001	36,1
2002	30,5
2003	35,2
2004	41,3
2005	35,8
2006	45,1

**Fuente: COTELCO**

Otro indicador de Turismo es el flujo vehicular de pasajeros, en este sentido, el Departamento de Nariño, entre los años 2003 y 2005 tuvo una movilización de pasajeros desde el Terminal de Transportes de Pasto hacia los diferentes destinos, determinada por la mayor demanda registrada en los usuarios cuyos destinos fueron los diferentes municipios del Departamento. En efecto, de acuerdo a las estadísticas disponibles, entre el 2003 y el 2005 se presentó un importante crecimiento en el número de personas despachadas desde el Terminal; en el 2003 se despachó a 3.025.147 pasajeros, en el año 2004 se despachó a 3.099.050, y para el año 2005 esta actividad pasó a despachar 3.120.125, en el cual el 88.0% correspondió a los pasajeros en tránsito por las rutas intradepartamentales, y el 18.0% con destino a Bogotá y hacia otros Departamentos<sup>37</sup>.

## INVENTARIO TURÍSTICO DE NARIÑO

En este punto el lector podrá evidenciar el gran potencial de oferta turística de Nariño, en donde se destacan todos aquellos lugares donde se puede realizar cualquier actividad con un máximo de satisfacción.

**FIGURA 2. INVENTARIO TURÍSTICO DE NARIÑO**

MUNICIPIO	No.	NOMBRE DE LOS ATRACTIVOS
<b>ZONA CENTRO</b>		
<b>PASTO</b>	1	VOLCÁN GALERAS
	2	SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA GALERAS
	3	LAGUNA DE LA COCHA
	4	LAGUNA COBA NEGRA
	5	SANTUARIO DE FLORA ISLA DE LA COROTA
	6	REPRESA DEL RIO BOBO
	7	CENTRO AMBIENTAL CHIMAYOY
	8	CERRO Y MIRADOR MORASURCO
	9	CRUZ DE SAN FERNANDO
	10	IGLESIA SANTIAGO
	11	CAPILLA DEL SANTO SEPULCRO
	12	TEMPLO DE LA MERCED
	13	TEMPLO DE CRISTO REY

<sup>37</sup> Ministerio de Transporte, Oficina de Planeación (2006). Anuario Estadístico de Transporte.

<b>MUNICIPIO</b>	<b>No.</b>	<b>NOMBRE DE LOS ATRACTIVOS</b>
	14	CATEDRAL DE SAN JUAN DE PASTO
	15	MUSEO DE LA HISTORIA DE NARIÑO
	16	MUSEO ALONSO ZAMBRANO
	17	MUSEO ARQUEOLÓGICO
	18	MUSEO JUAN LORENZO LUCERO
	19	MUSEO DEL ORO DEL BANCO DE LA REPÚBLICA
	20	MUSEO MARY DIAZ
	21	CARNAVALES DE NEGROS Y BLANCOS
	22	COMIDA TÍPICA
<b>CHACHAGUI</b>	1	CENTRO AMBIENTAL DE LA GUADUA
	2	CENTRO RECREACIONAL COMFAMILIAR
	3	PISTA DE PARAPENTE
<b>CONSACA</b>	1	MONUMENTO BATALLA DE BOMBONA
	2	RIO AZUFRAL
	3	LA CASA DE BOLÍVAR
<b>SANDONA</b>	1	CASCADA DE BELÉN
	2	BASÍLICA DE N. S. DEL ROSARIO
	3	LAS TULPAS – SITIO NATURAL
	4	FIESTAS PATRONALES
<b>EL TAMBO</b>	1	LAS COCHAS
	2	TEMPLO DEL SEÑOR DE LOS MILAGROS
<b>LA FLORIDA</b>	1	LA CHORRERA NEGRA DE LA FLORESTA
	2	CHORRERA DEL GÜILQUE – LA FLORESTA
	3	CUEVA DE LOS ERMITAÑOS – EL MOTILON
	4	SITIOS ARQUEOLÓGICOS DE MATITUY Y TUNJA
	5	ESCULTURA SIMÓN BOLÍVAR Y LOS LANCEROS
<b>NARIÑO</b>	1	PARQUE DE FAUNA Y FLORA DE PRADERA ALTO
	2	AGUAS TERMALES DE PRADERA ALTO
	3	LA CASCADA DE YUNGUILLO
	4	LA LAGUNA DEL SILENCIO
<b>ZONA SUR</b>		
<b>IPIALES</b>	1	PUENTE DE RUMICHACA
	2	CASCADA HUMEADORA

<b>MUNICIPIO</b>	<b>No.</b>	<b>NOMBRE DE LOS ATRACTIVOS</b>
	3	SANTUARIO DE LAS LAJAS
	4	ARTESANÍAS
<b>CUMBAL</b>	1	NEVADO DE CUMBAL
	2	LAGUNA DE CUMBAL
	3	NEVADO DE CHILES
	4	AGUAS TERMALES DE CHILES
<b>ZONA SUR OCCIDENTAL</b>		
<b>TUQUERRES</b>	1	VOLCÁN AZUFRAL
	2	LAGUNA VERDE
	3	TEMPLO DEL SEÑOR DE LA COLUMNA
<b>ANCUYA</b>	1	SANTUARIO DE N. S. DE VISITACIÓN
	2	PUENTE RIO GUAITARA (NUEVO)
	3	TEMPLETE DE LA CORONACIÓN C.
	4	BALNEARIO EL MEDICINAL
<b>ZONA NORTE</b>		
<b>LA CRUZ</b>	1	CERRO DE TAJUMBINA
	2	TERMALES DE TAJUMBINA
	3	VOLCÁN DOÑA JUANA
	4	PANORÁMICA DE LA ESTANCIA
<b>LA UNIÓN</b>	1	MONOLITO EL CACIQUE
	2	MONUMENTO SUCRE
	3	QUEBRADA LA FRAGUA
<b>SAN PABLO</b>	1	SANTUARIO DE LA VIRGEN DE LA PLAYA
	2	REPRESA DEL RIO MAYO
	3	PUENTE COLONIAL
<b>POLICARPA</b>	1	LA HOZ DE MINAMA
	2	RIO PATIA
<b>ZONA COSTA PACIFICA</b>		
<b>PIEDRANCHA</b>	1	RESERVA NATURAL LA PLANADA



MUNICIPIO	No.	NOMBRE DE LOS ATRACTIVOS
RICAURTE	1	LA CHORRERA O CASCADA DE EL AMOR
	2	IGLESIA DEL SEÑOR DE CUAYKER
	3	RIO SAN MIGUEL
BARBACOAS	1	RIO TELEMBI
	2	CASCADA DE LAS VEGAS
TUMACO	1	ISLA DEL MORRO
	2	CABO MANGLARES
	3	PLAYA DE BOCAGRANDE
	4	PLAYAS DE CHONTAL
	5	PLAYAS DE CONGAL
	6	BALNEARIO DE LA PLAYA
	7	ESTERO DE EL BAJITO
	8	ESPRIELLA
	9	RIBERAS RIO MIRA
	10	ARTESANÍAS
	11	COMIDA TÍPICA

**FUENTE:** Plan Desarrollo Turístico de Nariño – Guía Turística, Empresarial y Hotelera 2006

## 2.2. MARCO CONTEXTUAL

### Descripción Física e Histórica:

Como ya se estableció en la justificación de esta Investigación, Nariño es un Departamento caracterizado y recordado por su importancia histórica geoestratégica debido a que era paso obligatorio de los viajeros de provenían de los países del norte, hacia los del sur y porque fue una región que dio muchos “dolores de cabeza” a Simón Bolívar. A demás de esta importancia derivada de una ventaja comparativa, también ésta es una región de gran importancia económica para el país por su riqueza agrícola, pecuaria y turística que es invaluable y su belleza incomparable. Nariño integra la región Andina y Pacífica.

Su nombre fue tomado del precursor de la independencia, Don Antonio Nariño, y se destaca por limitar al Norte con el Departamento del Cauca, al Sur con la República del Ecuador, al Oriente con el Departamento del Putumayo y al Occidente con el Océano Pacífico. Dando a este territorio grandes ventajas comparativas y estratégicas para desarrollar el sector turístico.

En el campo del turismo, el Departamento de Nariño es dueño de una considerable riqueza de orden natural, posee grandes reservas naturales destacándose principalmente la Planada, la Cocha y Galeras, también posee grandes lagunas y Nevados, sumado a esto el océano pacífico, lo cual hace de Nariño un Departamento único y nicho de infinidad de flora y fauna.

### **Zonas Geográficas:**

El Departamento de Nariño tiene una extensión de 33.326 kilómetros cuadrados, los cuales equivalen al 2,9% del territorio nacional. Su extensión se distribuye de la siguiente manera: La Costa Pacífica representa el 52% del territorio departamental y La zona Andina representa el restante 48%. Del total del territorio Departamental, el 61,5% se encuentra cubierto de Bosques, la mayoría localizados en la zona Pacífica, el 24,2% se lo utiliza en la actividad agropecuaria y el 14,2% está formado por barbechos improductivos, asentamientos urbanos y reservas forestales<sup>38</sup>.

### **Aspectos Demográficos:**

En la tabla 6, se establece que para el 2005 las cifras DANE indican una población de 1.498.234 habitantes en el Departamento de Nariño, de los cuales el 46,96% se encuentran en el área urbana y 53,04% en el sector rural, Nariño representa el 3,61% de la población total de Colombia para este año.

Nariño registra un crecimiento poblacional anual de 1,34% durante los últimos años, sin embargo la historia refleja que el Departamento ha tenido tasas de crecimiento altas, las cuales se han venido disminuyendo en la última década. Según los diferentes censos realizados en Colombia se ha podido establecer que entre 1964 y 1973 existió una tasa de crecimiento promedio anual de 1,52%; entre 1973 y 1985 fue de 1,94%; entre 1985 y 1993 registro una tasa de 2,83%, la cual descendió en los últimos años, comprendidos entre 1993 y 2005 a 1,34%. Este declive es el resultado de las diferentes políticas aplicadas en el país sobre planificación familiar y además, es el resultado de la incorporación de la mujer al trabajo.

---

<sup>38</sup>MARTÍNEZ, Jesús. SABOGAL, Julián. NARIÑO: REALIDAD Y FUTUROS POSIBLES. Universidad de Nariño. San Juan de Pasto, 2000. p. 49-50

---

**TABLA 6. CRECIMIENTO POBLACIONAL**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NARIÑO</b>	<b>%</b>
TOTAL	1'498.234	100
URBANA	703.636	46,96
RURAL	794.598	53,04
TASA DE CRECIMIENTO		1,34

**FUENTE: DANE, CENSO GENERAL 2005**

---

Los Resguardos Indígenas de Nariño se encuentran asentados en 24 municipios, con una población total de 154.776 habitantes, conformados en 25.796 familias. Tienen 67 Resguardos reconocidos y habitan una extensión aproximada de 467.186 has que representan cerca del 20% del territorio total. (Tabla 7)

Los pueblos indígenas desarrollan en gran medida una economía tradicional de autoconsumo con bajos grados de articulación a la economía de mercado. Las prácticas culturales y tecnológicas de los pueblos indígenas han resultado en sistemas de producción – recolección y en patrones de asentamiento y manejo del territorio que durante siglos han demostrado sus bondades en términos de mantenimiento y reproducción de la sociedad indígena y conservación de los recursos de ecosistemas de gran fragilidad. Sin embargo, durante las últimas décadas, en la medida en que los flujos poblacionales del país se han desplazado más allá de las fronteras agrícolas, el proceso de colonización ha terminado por afectar el equilibrio entre aprovechamiento y conservación desarrollado por estos grupos indígenas, lo cual se agudiza con el aumento de la población indígena que ha dado como resultado la reducción de áreas de expansión de las comunidades, en la medida en que han sido usadas por los colonos para el establecimiento de sistemas productivos inapropiados.

En cuanto a las comunidades afro-colombianas de Nariño se encuentra que existe una población total de 270.702 habitantes, conformados en 45.177 familias. Estas comunidades se ubican principalmente sobre la región de la Costa Pacífica con un total de 10 municipios que son: Barbacoas, El Charco, La Tola, Magüí Payán, Mosquera, Olaya Herrera, Francisco Pizarro, Roberto Payán, Santa Bárbara, Tumaco. Estas zonas se encuentran sumidas en el subdesarrollo, debido al poco interés gubernamental reflejado en la carencia de infraestructura y medios de comunicación, facilitando así la entrada de grupos al margen de la ley.

**TABLA 7. COMPOSICIÓN ÉTNICA DE NARIÑO (2005)**

INDÍGENA		ROM		AFRO – COLOMBIANO		SIN PERTENENCIA ÉTNICA		TOTAL
TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%	
154.776	10,76	91	0,01	270.702	18,82	1'013.126	70,42	1'498.234

FUENTE: DANE, CENSO GENERAL 2005

Una amenaza latente en la Costa Pacífica, es la presencia de cultivos de uso ilícito, los cuales han venido desplazando en grandes extensiones a la economía tradicional tal como sucede en el Municipio de Barbacoas, donde la coca se ha venido constituyendo en el principal cultivo del nuevo siglo.

**Actividad Económica:**

Al examinar internamente el PIB de Nariño, se puede observar el desarrollo desigual de los sectores que lo integran, que no se desarrollan teniendo en cuenta las necesidades de producción de bienes materiales que necesita la región para superarse y avanzar, sino que cada día tienden junto con el proceso de crecimiento, a convertir a Nariño agrícola a un Nariño caracterizado por la informalidad derivada del sector terciario (Tabla 8).

**TABLA 8. CONTRIBUCIÓN AL PIB DEPARTAMENTAL**

SECTORES	(Precios Constantes)					
	1970	1980	1990	1995	2000	2005p
Primario	51,3	48,57	37,0	31,8	35,2	39,5
Secundario	7,5	8,29	9,9	12,8	7,0	7,6
Terciario	41,2	43,14	52,5	53,7	57,3	52,4
TOTAL	100	100	99,4*	98,3*	99,5*	99,5*

FUENTE: DANE. Plan de Ordenamiento Territorial de Pasito. 2.000, Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño

\*: No descuenta los servicios bancarios imputados, y No suma los derechos e impuestos sobre Importaciones.

p: Información Provisional

El sector primario comprende las actividades relacionadas con el cultivo, explotación y extracción de recursos naturales, está compuesto por el sector agropecuario, silvicultura, pesca y minería, y ocupa el segundo lugar por su aporte al PIB Departamental, a pesar de que ha disminuido su participación en el ingreso regional al pasar en el año 1970 de 51,3%, al 39,5 en el año 2005p. El sector secundario por su parte, está compuesto por las actividades relacionadas con la transformación de materias primas orgánicas e inorgánicas en productos terminados, aquí se encuentra la industria manufacturera y la construcción cuyo aporte al PIB se incremento de 7,5% en 1970 a 9,9% en el año de 1990 y posteriormente, bajando en el año 2005p a 7,6%. El sector terciario agrupa actividades relacionadas con la prestación de servicios por parte de los agentes privados o gubernamentales, compra y venta de mercancías, capacitación y colocación de recursos, comunicaciones y movilización de carga y pasajeros, entre otras actividades. Este sector hoy en día es el más importante de la economía del Departamento de Nariño, debido a que hasta antes de 1995 el sector primario era el principal y posteriormente fue perdiendo peso, dejando desarrollar la terciarización hasta generar en el año 2005 el 52,4% del PIB Departamental. No obstante, el proceso de terciarización de la economía nariñense tiene definidas cuatro consecuencias:

Se deja de producir bienes materiales en los sectores primario y secundario, los cuales abastecen de mercancías, materias primas y alimentos al proceso productivo.

La Población Económicamente Activa (PEA) pasa a participar en mayor grado en el sector terciario, el cual pasó, según el DANE, del 23% de la PEA en 1975 al 36% en 1990, en detrimento del sector primario que pasó, en el mismo periodo, del 59% al 52%. Esto ha influido en la urbanización del Departamento, que se dice tiene vocación agrícola, pero para 1999 ya contaba con el 43% de sus habitantes radicados en las ciudades o cascos urbanos de los municipios; en Pasto, por ejemplo, el 89% de sus habitantes están ubicados en el casco urbano y solo el 11% en la zona rural.

Se crea una cultura de trabajo comercial, usurera, rentista y especulativa que sustrae a la gente de la verdadera fuente de la riqueza como es la creación de bienes materiales.

Se incrementa los empleos informales y subempleos por salarios en el Departamento, debido a que la terciarización en la región está caracterizada como espuria, la cual está ligada directamente con servicios de baja productividad, mala remuneración y limitado impacto en la competitividad de la economía, como por ejemplo, comercio, transporte y servicios de empresas.

Sin embargo, muchos individuos pueden preguntarse: los países más desarrollados del mundo tienen como principal contribuyente del PIB al sector

terciario ¿y entonces porque se dice que la tercerización es una característica de atraso a partir de la generación de empleo informal?

La respuesta a esta incógnita es que ellos mantienen una tercerización genuina basada en el incremento de los servicios de educación, salud y desarrollo tecnológico. Este proceso genera desarrollo en la productividad de todos los sectores. De aquí se puede establecer que la tercerización de la región es de carácter de servicios de distribución, mientras que en los países desarrollados fue una tercerización de servicios sociales.

“Este incremento tercerista en el desarrollo departamental es una barrera estructural que no le permite superar los niveles de atraso, pues ella es diferente a la que ocurre en países industrializados la cual sucedió como consecuencia para el desarrollo de las fuerzas productivas”<sup>39</sup>.

De aquí se puede concluir que Nariño es un Departamento comercial, a pesar de que mantenga un alto número de municipios agropecuarios, esta afirmación se la hace debido a que actualmente más de 50% del PIB lo aporta el sector terciario sumándole a esto que la mayor parte del empleo es generado por este sector.

En la tabla 9, se observa que las principales ramas de la Actividad Económica en el Departamento de Nariño por su aporte al PIB son en primer lugar la Agropecuaria, Silvicultura y Pesca, que en 1990 representaba el 35,7%, disminuyendo en 1995 al 30,6% y al 34,1% en el 2000, presentando una recuperación en el año 2005 cuando aportó el 38,8%. En segundo lugar, se ubica Servicios Comunales, Sociales y Personales con el 27,6% para el año 1990, bajando al 23,6% en 1995 y recuperándose en el 2000 al 25,5%, para el año 2005 represento el 18,5%. Siendo importante anotar que esta actividad se mira afectada por la baja remuneración al trabajo en el subsector servicios del gobierno que es el principal aportante al esta rama del PIB. El Tercer lugar en la economía nariñense, es proporcionado por Comercio, Restaurantes y Hoteles con un aporte al PIB del 11,7% en 1990, incrementándose al 13,9% en 1995 y al 15% en el año 2000; en el año 2005 esta actividad sigue creciendo aportando el 15,7% al PIB.

---

<sup>39</sup>MARTÍNEZ, Jesús. SABOGAL, Julián. Op. cit., Pág. 63

**TABLA 9. ESTRUCTURA DEL PIB POR GRANDES DIVISIONES DE LA CIU  
PRECIOS CONSTANTES DE 1994**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>
AGROPECUARIO SILVICULTURA Y PESCA	35,7	30,6	34,1	38,8
EXPLORACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	1,3	1,1	1,2	0,8
INDUSTRIA MANUFACTURERA	5,3	6,4	5,4	6
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	0,3	0,5	-0,3	-0,8
CONSTRUCCIÓN	4,3	5,9	1,8	2,3
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	11,7	13,9	15	15,7
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN	5,5	6,9	7,2	8,1
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, INMUEBLES Y SERVICIOS A LAS EMPRESAS	7,8	9,3	9,5	10
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	27,6	23,6	25,5	18,5
Menos: Servicios Bancarios Imputados	1,5	3,5	2,9	2,9
Subtotal Valor Agregado	98	94,7	96,5	96,5
Más: Derechos e Impuestos sobre Importaciones	2	5,3	3,5	3,5
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, CEDRE.  
Cuentas Económicas de Nariño  
p: Información provisional

### **Riquezas Naturales:**

Se distinguen 3 unidades fisiográficas: La llanura de Pacífico, la Región Andina y la Vertiente Amazónica. La llanura de Pacífico se caracteriza por altas temperaturas, abundantes lluvias y exuberante vegetación; se subdividen en el andén aluvial o zona de mangle y la llanura del bosque húmedo, que se extiende hasta las estribaciones de la cordillera occidental. La región Andina es el rasgo más sobresaliente del Departamento al penetrar la cordillera de los Andes forma el nudo de los Pastos, de donde se desprenden dos ramales: la Cordillera Occidental, la cual presenta los volcanes Chiles (4718 metros), Cumbal (4.764 metros), Azufral (4.070 metros), y una profunda depresión denominada Hoz de Minamá; y la cordillera Centro Oriental que presenta el altiplano de Tuquerres,

Ipiales, el Valle de Atriz y los Volcanes Galeras (4.276 metros) y Doña Juana (4.250 metros). La vertiente Amazónica al oriente presenta terrenos abruptos poco aprovechables y está cubierta por bosques húmedos, en ella se encuentra la Laguna de la Cocha.

El relieve permite disfrutar de temperaturas cálidas, templadas, frías, y de páramo. Las lluvias en el área interandina son superiores a los 3.000 m.m. disminuyendo en el altiplano nariñense donde son inferiores a los 1.000 m.m.; en el Piedemonte amazónico las lluvias son superiores a los 4.000 m.m. En el Departamento se encuentra el Parque Nacional de Sanquianga, los Santuarios de Flora y Fauna Galeras e isla de la Corota, y 47 áreas de reserva natural, en los municipios de Barbacoas, Chachagüi, Ricaurte, Pasto y Yacuanquer. Esto hace de Nariño un territorio lleno de maravillas naturales por observar y disfrutar.

### **2.3. MARCO LEGAL**

#### **La Constitución Política de Colombia de 1991:**

*Artículos 8 Y 95:* Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.

*Artículos 44 y 52:* Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre.

*Artículo 67:* Definición de la educación como función social y desde allí el acceso a los bienes y valores de la cultura, guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (artículo 70), al igual que su inclusión de la educación en los planes de desarrollo económico y social (artículo 71) de las entidades territoriales.

*Artículos 63 y 72:* Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional pertenecen a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles, representa un aspecto que refuerza la realización de actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos - residentes y visitantes- en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición.

*Artículos 79 y 80:* El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas tiene de gozar de un ambiente sano y



en la obligación del Estado de “proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines” y en “planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...” y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro.

*Artículo 82:* Protección y destinación al uso común del espacio público, el cual prevalece sobre el interés particular, al tiempo que determina la participación de las entidades públicas en la plusvalía que genere su acción urbanística, apoya la calidad en los destinos turísticos.

*Artículo 300:* Facultad a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo, constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos.

### **Ley General de Turismo -Ley 300 de 1996-**

Reconocimiento de la industria del turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia y esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias, por lo cual es la referencia legal más importante en este campo (artículos 1 y 2).

Dentro de esta ley también se plantean los instrumentos para el desarrollo local:

Peajes turísticos: Contribución a que los municipios pequeños -población hasta 100.000 habitantes-, cuenten con recursos para la preservación de su patrimonio cultural, se indicó la posibilidad de establecer ‘peajes turísticos’ en los accesos respectivos (artículo 25).

Planes sectoriales de turismo: El Ministerio de Desarrollo deberá elaborar el Plan Sectorial de Turismo, acogiéndose para ello a lo establecido en la Ley 152 de 1994. De igual manera las entidades territoriales podrán elaborar sus planes de desarrollo turístico, con la asistencia técnica de la Dirección General de Turismo – DGT.

Convenios de competitividad: La DGT impulsa la firma de acuerdos de competitividad con las regiones con vocación turísticas a efectos de promover la competitividad de los destinos y la especialización del producto turístico. Impulso a las entidades territoriales para elaborar sus planes sectoriales turísticos (artículo 17) y posibilidad de preservar el patrimonio cultural con la utilización de los instrumentos para la especialización del suelo con fines turísticos.

Zonas de desarrollo turístico prioritario: (artículo 18): afectación prioritaria del uso del suelo a las actividades turísticas e inclusión en el respectivo POT y compromiso de la entidad territorial (Distrito o municipio) para ejecutar programas de infraestructura y posibles exenciones tributarias locales.

El recurso declarado como atractivo turístico “estará especialmente afectado a su explotación como atractivo turístico nacional o regional...” y la entidad territorial o sectorial de donde parta la iniciativa garantiza su preservación con recursos propios o del Presupuesto General de la Nación, respectivamente.

Los beneficios se dirigen a la promoción del bien de interés cultural el cual debe formar parte del producto turístico y estar incluido en un proyecto promocional, posible de financiar por el Fondo de Promoción Turística.

Otros instrumentos poco utilizados en la planificación territorial, a pesar de reconocer la importancia del turismo para el desarrollo y el interés y orientación que ofrece el Ministerio de Desarrollo Económico para que los municipios y distritos los apliquen, donde se justifique.

### **Estructura Institucional del Turismo: (decreto 219 de 2000):**

Ministerio de Desarrollo Económico:  
Consejo Consultivo Asesor de Turismo

Instancia de concertación, asesora del Ministerio de Desarrollo Económico para definir y formular políticas, programas y proyectos de desarrollo y competitividad de sectores productivos.

---

### **FIGURA 3. INTEGRANTES DEL CONSEJO CONSULTIVO ASESOR DE TURISMO**

Ministro de Desarrollo Económico o Viceministro: Preside	Superintendente de Industria y Comercio, con voz sin voto
Ministro de Relaciones Exteriores, o Subsecretario de Comunidades Colombianas en el Exterior y Asuntos Consulares	Director General de la Policía Nacional, o Comandante de la División de Policía de Turismo
Director Unidad Administrativa Especial de la Aeronáutica Civil, o Director de Infraestructura Aeroportuaria.	Presidente de la Cámara Colombiana de Turismo
Director del DAS, o Jefe de la División de Extranjería	

FUENTE: Secretaría Técnica: Director General de Turismo del Ministerio de Desarrollo Económico.

---

## Dirección General de Turismo,

### Funciones:

Definir la política de turismo, realizar investigaciones y estudios en promoción, mercados y productos, competitividad, impactos sociales, culturales y ambientales y relaciones internacionales, normas técnicas de calidad turísticas. Atender la normalización y control de entidades certificadoras de calidad, identificar las necesidades de inversión en infraestructura para mejorar la competitividad de los productos turísticos y coordinar con los sectores público y privado las acciones necesarias para que dichas inversiones se realicen. Llevar el Registro Nacional del Turismo y el sistema nacional de información turística, establecer sus tarifas, coordinar con la Dirección General de la Policía Nacional, la Policía de Turismo. Cooperar en el diseño de políticas de empleo para el sector turístico y evaluar el cumplimiento de las políticas, programas y actividades del Gobierno en materia turística.

### Grupos de trabajo de la DGT:

Grupo de Calidad y Seguridad: mejorar la calidad y proporcionar entorno seguro acorde con las necesidades de los empresarios, las entidades territoriales y la comunidad y coordinadamente con la Policía de Turismo.

Grupo de Competitividad y Desarrollo Regional: orientar y brindar asistencia a entidades territoriales e instancias administradoras del turismo en la gestión eficiente del desarrollo turístico para fortalecer su autonomía y mejorar participación en el mercado.

Grupo de Investigaciones: Ejercer control sobre la actuación de los prestadores de servicios turísticos, brindar apoyo y asesoría a las empresas del sector, divulgar normas sobre derechos, obligaciones de los turistas y aplicar las sanciones respectivas.

Grupo de Estudios y Registro Nacional de Turismo: Generar y facilitar herramientas de información para mejorar la competitividad de la industria turística, elaborando estudios económicos, sociales y ambientales.

Grupo de Sensibilización Turística: Orientar acciones hacia la comunidad para su sensibilización sobre la importancia de la industria turística -factor de desarrollo, convivencia y generador de paz-, promover el buen trato hacia los viajeros y afianzar en ellos la pertenencia y promover la prevención de prácticas de turismo sexual infantil.

## **Estatuto para la prevención el turismo sexual con menores (Ley 679 de 2001)**

Prestadores de servicios turísticos y otros que puedan generar turismo nacional o internacional se abstendrán de ofrecer programas de promoción turística expresa o subrepticamente, planes de explotación sexual a menores y adoptarán medidas para impedir que sus trabajadores ofrezcan orientación turística o contactos sexuales con menores de edad.

Elaboración de códigos de conducta ante el Ministerio de Desarrollo para proteger a los menores de edad de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros (artículo 16 y Resolución No. 0119 de 2002).

## **Ley de Turismo -ley 1101 de 2006-**

Mediante esta ley se busca incrementar los recursos financieros para la promoción del Turismo del país.

Manuel José Cárdenas, en entrevista concedida al periódico portafolio, el día 11 de diciembre del 2006, se pronuncio sobre la ley 1101 de 2006 referente al turismo y estableció: "Me tocó como viceministro de Comercio, participar en la elaboración, aprobación en el Congreso y reglamentación de la Ley 300 de 1996, que le fijó nuevos rumbos al turismo nacional e internacional del país. Por eso, tengo que celebrar la aprobación de la Ley 1101 de 2006, que busca consolidar y darle mayor eficacia a la Ley 300 y fortalecer el Fondo de Promoción Turística, con base en nuevos recursos destinados a la competitividad, al mercadeo y a la promoción del país...Para consolidar la contribución parafiscal consagrada en la Ley 300 y manejada por el Fondo de Promoción Turística, la nueva ley amplía sus aportantes, que estaba a cargo exclusivamente de las agencias de viajes, los establecimientos de alojamiento y los restaurantes turísticos. Ahora también contribuirán quienes se benefician de la industria turística prestadores o quienes realizan actividades relacionadas-, tales como arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional; usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas; empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad; empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados; concesionarios de aeropuertos y carreteras; empresas de transporte aéreo y terrestre, concesionarios de servicios turísticos en parques nacionales; centros de convenciones; empresas de seguros de viaje; establecimientos de comercio ubicados en las terminales de transporte de pasajeros, empresas dedicadas al canotaje, y otras actividades de turismo de aventura y operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones. Se mantiene la base de de la liquidación de la contribución parafiscal, en el 2.5 por mil de las ventas netas o ingresos operacionales de los aportantes. Como es fuente usual de financiación para la promoción turística en muchos países, se establece un nuevo impuesto al turismo, que se cobrará a los visitantes extranjeros y se recauda a través de una 'tarjeta de

ingreso', el cual puede llegar hasta 20 dólares. En estas circunstancias se contarán con recursos para conformar un fondo de inversión en promoción y competitividad, de aproximadamente 10 millones de dólares. De otra parte la DIAN devolverá a los turistas extranjeros en el país el ciento por ciento del impuesto sobre las ventas que cancelen por las compras de bienes gravados en el territorio nacional"<sup>40</sup>.

## 2.4. MARCO CONCEPTUAL

- **Biodiversidad:** Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.
- **Industria sin chimeneas:** Seudónimo dado a la Industria Turística debido a que es la única que transforma los bienes naturales o bienes de atracción, en bienes rentables para una sociedad.
- **Población Room:** Según el censo 2005 realizado por el DANE, la población Room hace referencia a toda aquella población gitana.
- **Terciarización espuria:** Este tipo de Terciarización ocurre cuando el sector terciario se convierte en uno de los más dinámicos de una economía, pero que este dinamismo se debe básicamente a una mayor dependencia del sector comercio y servicios financieros, y además presenta un gran porcentaje de informalidad.
- **Tercerización genuina:** Este tipo de Terciarización ocurre cuando el sector terciario es uno de los más dinámicos y de mayor aportación al PIB debido a un mayor gasto del gobierno, pero específicamente gasto en bienes meritorios que generen externalidades positivas y benefician a la población.
- **Multisectorial:** Adjetivo dado a todas aquellas actividades que demandan materias primas, insumos de otras ramas o sectores de la economía.
- **Geoespacial:** Termino utilizado para establecer el posicionamiento de una zona o país en las regiones que conforman el planeta.

---

<sup>40</sup> CÁRDENAS, Manuel José. Ley de Turismo. Diario Portafolio. Diciembre 11 de 2006.

### 3. DISEÑO Y PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

*“Los principales fallos de la sociedad económica en la que vivimos es su incapacidad  
Para ofrecer pleno empleo y su arbitraria y poco equitativa distribución de  
la riqueza y de la renta”*

**John Maynard Keynes (1936)**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

### 3.1. TIPO DE ESTUDIO

Es un estudio Exploratorio, analítico, deductivo, debido, en primera instancia, a que no existen Investigaciones que indaguen sobre la importancia del Turismo a partir de la Cuenta Satélite del Turismo y la relación de importancia que este sector tienen para la economía de Nariño, y en segundo lugar, porque esta investigación se basa en la importancia que tiene esta actividad en otros países y a partir de esto se pretende analizar algunos aspectos positivos y favorables para el desarrollo de la Industria Turística.

### 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para realizar la Investigación se determinó una fórmula muestral para poblaciones infinitas debido a que no se conoce el número exacto de turistas que llegan a Nariño. De esta manera se determinó que se deben aplicar 73 encuestas, las cuales serán distribuidas entre Pasto, Ipiales, Tumaco y Tuquerres, debido a que estos municipios son los centros urbanos más grandes del Departamento y poseen los lugares más visitados; para esto se tendrá en cuenta el porcentaje de población con que cuenta cada municipio del total de los 4 (Tabla 10), es decir, estarán repartidas de la siguiente manera: Pasto: 40 encuestas, Ipiales: 12 encuestas, Tumaco: 17 encuestas, Tuquerres: 4 encuestas (Tabla 11)

---

**TABLA 10. UNIVERSO DE ESTUDIO**

MUNICIPIO	POBLACIÓN	%
PASTO	383.846	55,12
IPIALES	109.865	15,78
TUMACO	161.490	23,19
TUQUERRES	41.205	5,92
TOTAL	696.406	100,00

**FUENTE: DANE, CENSO GENERAL 2005**

---

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{696.406 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05^2 * (696.406 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95} = 73$$

**TABLA 11. ENCUESTAS POR MUNICIPIO**

MUNICIPIO	%	ENCUESTAS POR MUNICIPIO
<b>TOTAL ENCUESTAS = 73</b>		
<b>PASTO</b>	55,12	40
<b>IPIALES</b>	15,78	12
<b>TUMACO</b>	23,19	17
<b>TUQUERRES</b>	5,92	4
<b>TOTAL</b>	100,00	73

Como se sabe el Turismo es una actividad determinada por los gustos de las personas, este es un factor que convierte al demandante en un agente muy heterogéneo, es decir, el turismo es una actividad cuyos parámetros de importancia (ejemplo: gasto promedio por turista en su estadía) no están determinadas por planes o decisiones anteriormente planteados, sino que esta determinado por variables exógenas al azar, esto hace que aunque se analice los parámetros en circunstancias iguales, el resultado no siempre sea el mismo y por eso de determino que el mejor muestreo a utilizar es el aleatorio simple.

### 3.3. PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS

La investigación esta determinada como cuantitativa debido a la estructuración a partir de datos primarios de la Cuenta satélite del Turismo que servirá de base para determinar la importancia de esta actividad en la Economía Regional.

Sin embargo, también se realizaran encuestas dirigidas a las agencias de viajes, y la población, con el fin de determinar la oferta y demanda turística, y además establecer las expectativas sobre el turismo que tienen los agentes más importantes y determinantes para el desarrollo de esta actividad.



Para Hoteles y el sector Transportador se tendrá que realizar entrevistas tendientes a determinar el incremento ó decremento del flujo turístico en los últimos años

Una vez obtenidos los datos de las encuestas se procederá a realizar la tabulación y de esta manera obtener los datos que ayudaran a afirmar o negar la importancia de esta industria para Nariño.

## 4. TURISMO: CONTEXTO NACIONAL

*“La productividad no lo es todo, pero a largo plazo lo es casi todo”*

**Paul Krugman (1990)**



Fuente: Víctor Jaramillo – Diana Narváez.

#### 4.1. LLEGADAS DE EXTRANJEROS A COLOMBIA

En el año 2006 se registraron 1.053.360 llegadas de extranjeros, un 12,8% más que en el año 2005, y 71,08% más que en 2001; dejando divisas por U\$1.550 millones de dólares<sup>41</sup>, 27% más que en el año anterior, registrando así una dinámica creciente y haciendo cada vez más posible la meta establecida por el viceministerio de turismo de recibir 2.000.000 de extranjeros en el año 2010. (Gráfico 2)

**GRAFICO 2. ENTRADA DE EXTRANJEROS  
2001 - 2006**



Fuente: DAS  
\*Cifras provisionales

Del total de turistas extranjeros que ingresaron en el año 2006, los nacionales de Estados Unidos representaron el 24.55%, le siguieron los venezolanos con una participación de 13.44%, Ecuador con el 9.51%, España con el 6.31% y México con el 4.94%.

En este sentido, y según lo registrado en el Boletín Estadístico – Industria de los viajes y turismo para el año 2006, se establece que los países con mayor crecimiento en el número de turistas que llegaron a Colombia fueron Venezuela (27.924), Estados Unidos (23.202), México (9.459), España (9.369) y Argentina (6.235).

Del total de turistas que ingresaron por los puntos de control del DAS en 2006, 520.238 se alojaron en el departamento de Cundinamarca, le siguen en

<sup>41</sup> Banco de la República. Balanza de Pagos de Colombia. Series estadísticas, sector externo. On Line: [http://www.banrep.gov.co/estad/dsbb/sec\\_ext\\_004.xls](http://www.banrep.gov.co/estad/dsbb/sec_ext_004.xls). Consultado en Noviembre de 2007

importancia Bolívar con una participación del 12.29% (129.481) y Antioquia con el 9.49% (99.926).

## 4.2. MOVIMIENTO DE PASAJEROS VÍA AÉREA

### 4.2.1. Movilización de pasajeros Nacionales

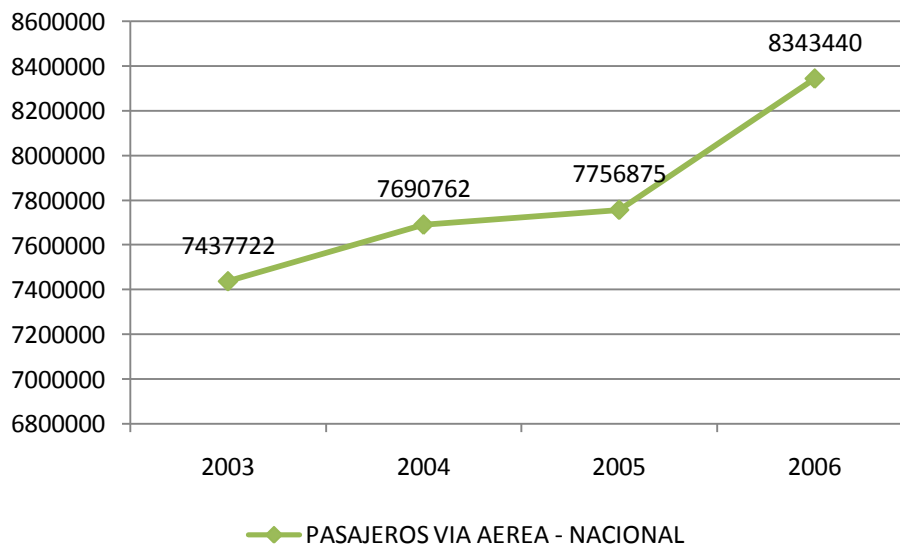
El número de pasajeros movilizados vía aérea en el mercado doméstico, pasó de 7.756.875 en 2005 a 8.343.440 durante el año 2006, con una variación positiva de 7,56%, vislumbrando un gran crecimiento del turismo domestico a raíz de los precios competitivos que han posibilitado el desplazamiento de más personas a más destinos vía aérea. (Gráfico 3)

### 4.2.2. Movilización de pasajeros Internacionales

El número de pasajeros internacionales movilizados vía aérea se incrementó en 17%, al pasar de 3.322.699 en 2004 a 3.887.349 en 2005. (Gráfico 4)

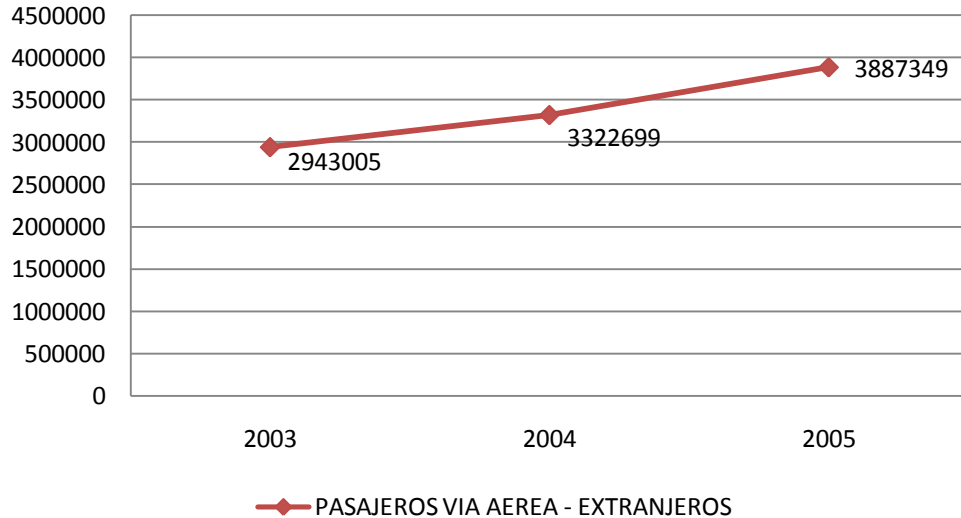
Por países, la mayor participación porcentual del mercado durante 2005 la presentaron en su orden: Estados Unidos 38,12%, España 9,59%, Panamá 9,33%, Venezuela 8,60% y Ecuador 6,51%.

**GRAFICO 3. PASAJEROS MOVILIZADOS VIA AEREA  
OPERACION NACIONAL  
2003 - 2006**



Fuente: Aerocivil  
\*Cifras provisionales

**GRAFICO 4. PASAJEROS MOVILIZADOS VIA AEREA  
OPERACION INTERNACIONAL  
2003 - 2005\***



Fuente: Aerocivil  
\*Cifras provisionales

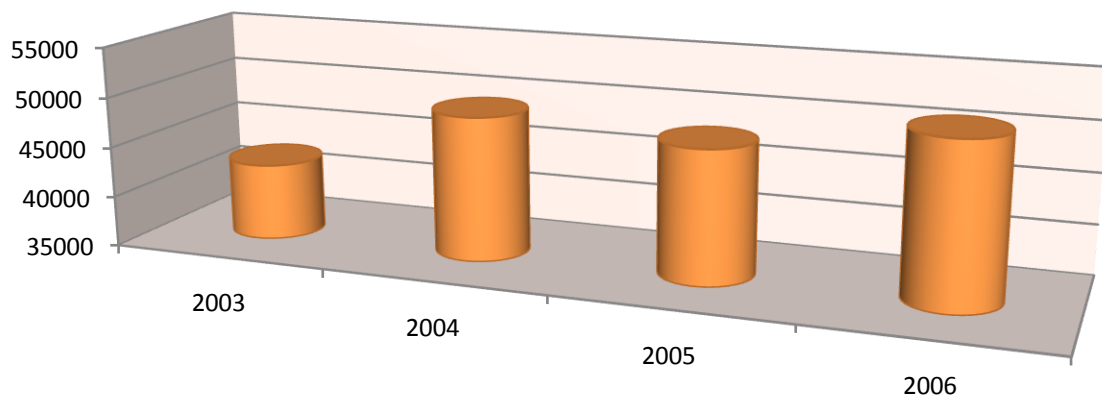
### 4.3. CRUCEROS

En lo referente al arribo de cruceros a las costas colombianas en el período comprendido entre Enero y Diciembre de 2005 se registró la llegada de 45 barcos con un total de 48.115 pasajeros, frente a 49.284 pasajeros arribados en 2004, lo que representa una caída de 2,37%. (Gráfico 5).

Sin embargo, para el año 2006, el arribo de embarcaciones turísticas creció en 5.8% con relación al año anterior, reflejando una gran recuperación para el turismo de la Costa Atlántica. Durante este año el número de turistas que ingresaron al país por medios marinos fue de 50.946, siendo este el número más alto de visitantes registrado entre los años 2003 – 2006.

Cabe destacar que el comportamiento negativo reflejado durante el año 2005 se explica por la disminución en el arribo de buques a San Andrés, que de recibir 14 embarcaciones durante 2004 con 9.601 pasajeros, pasó a recibir 9 embarcaciones en 2005 con 5.273 pasajeros, lo que en términos relativos implica una reducción de -45,07%. La llegada de cruceros a Cartagena, por su parte, supuso el arribo de 41.542 pasajeros 6,67% más que en 2004, continuando con la tendencia creciente que presenta este puerto desde el 2004. En Santa Marta el balance es positivo si se tiene en cuenta que en el período de análisis (2005) llegaron 1.300 pasajeros, mientras que en 2004 se registró el arribo de 737, para un crecimiento de 76%.

**GRAFICO 5. TOTAL PASAJEROS ARRIBADOS EN CRUCEROS  
2003 - 2006**



	2003	2004	2005	2006
■ PASAJEROS - CRUCEROS	42609	49284	48115	50946

Fuentes: Dirección General Marítima, Capitanía de Puerto de San Andrés Isla, Sociedad Portuaria de Santa Marta y Sociedad Portuaria de Cartagena.

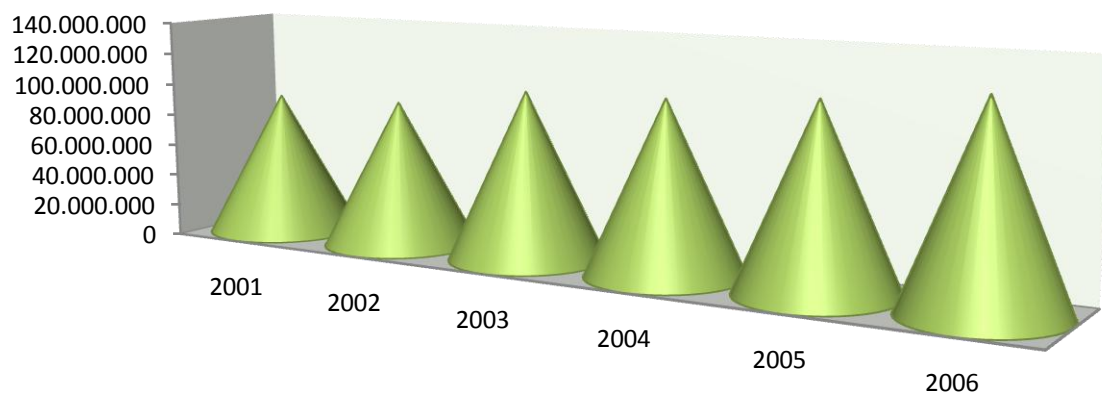
#### **4.4. MOVILIZACIÓN DE VEHÍCULOS**

Otra variable considerada para hacer una aproximación al turismo doméstico, es la movilización de vehículos por las carreteras nacionales. Estas cifras mostraron también un buen comportamiento al incrementarse en 7,44 puntos porcentuales el paso de vehículos por peajes que paso de 111'928.189 en 2005 a 120'259.523 en 2006, impulsados principalmente por la definición de más de 420 "Rutas seguras" hacia todos los rincones del país. (Gráfico 6)

#### **4.5. EMPLEO**

Por su parte el empleo generado a nivel nacional debe ser descrito a partir del sector de Hoteles y Restaurantes, en este sentido se observa como el empleo ha mantenido su participación con relación en el total de empleo en 2% promedio anual, no obstante, en términos relativos este empleo creció entre los años 2003 y 2004 de 350.560 a 351.950, es decir, en 0,4%, y entre el 2004 y 2005 de 351.950 a 361.890, es decir 2,8%. (Gráfico 7)

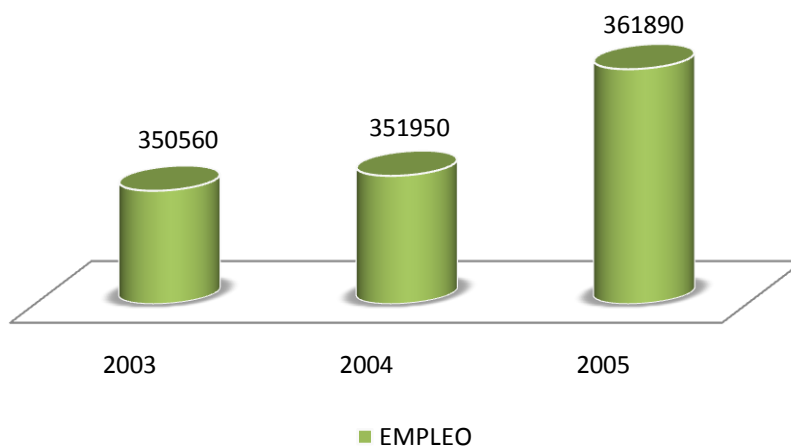
**GRAFICO 6. TRAFICO TERRESTRE  
VOLUMEN DE TRANSITO CARRETERAS NACIONALES  
2001 - 2006**



	2001	2002	2003	2004	2005	2006
■ TRAFICO CARRETERAS NLES	90.038.812	91.432.064	104.202.762	105.990.151	111.928.189	120.259.523

Fuente: Departamento Nacional de Planeación.

**GRAFICO 7. EMPLEO  
RESTAURANTES Y HOTELES  
2003 - 2005**



Fuente: World Travel & Tourism Council (WTTC)

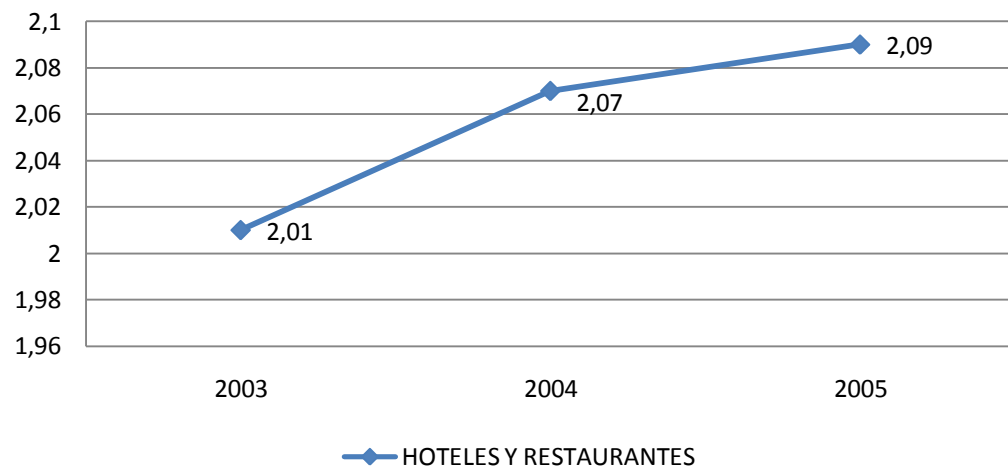
#### 4.6. PIB TURÍSTICO

El crecimiento de la economía colombiana durante 2005 fue de 5,13% el más alto registrado desde 1995. En el cuarto trimestre el crecimiento fue de 3,82% respecto al mismo trimestre de 2004, mientras que frente al trimestre inmediatamente anterior (julio-septiembre) hubo una caída de 0,72%.

Así mismo, y en concordancia con la dinámica de la economía en general, el PIB de los servicios de hotelería y restaurantes en 2005 mostró un comportamiento favorable, con una tasa de crecimiento en su importancia relativa de 2,07 a 2,09 entre el 2004 y 2005 (Gráfico 8). Este resultado se debe entre otras cosas, a la mayor entrada de turistas que hicieron que se incrementara la ocupación hotelera de 52,0% en el 2004 a 57,0% en el 2005. (Gráfico 9)

Para el año 2006 el índice de ocupación hotelera registro una leve caída al ubicarse en 56.4%.

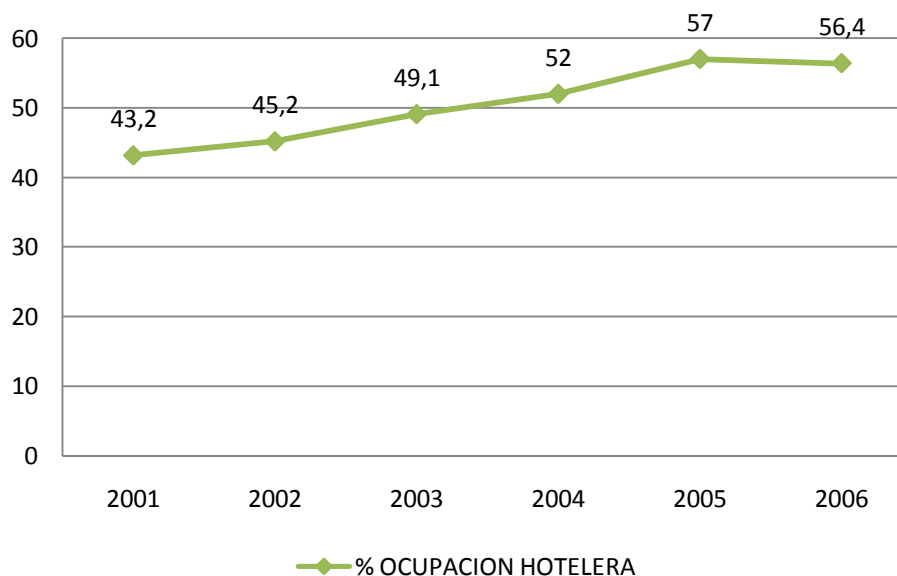
**GRAFICO 8. PARTICIPACIÓN EN EL PIB  
VALOR AGREGADO DE HOTELES Y RESTAURANTES  
2003 - 2005\***



Fuente: DANE



**GRAFICO 9. OCUPACION HOTELERA  
2001 - 2006**



Fuente: COTELCO

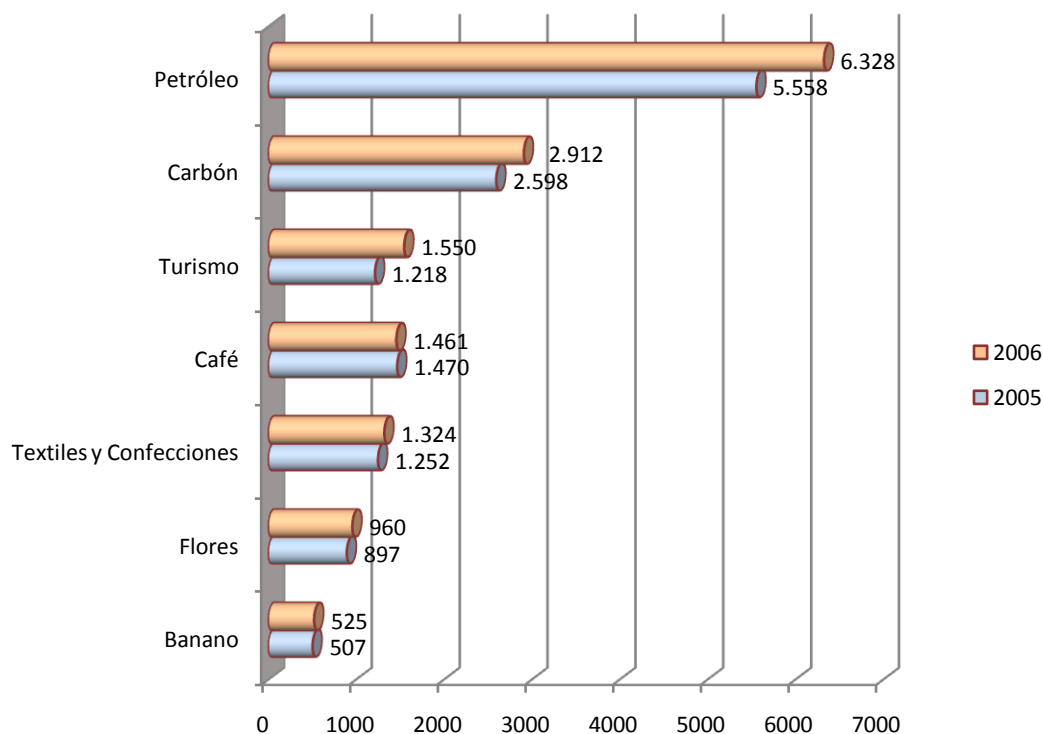
#### **4.7. BALANZA COMERCIAL TURÍSTICA**

El turismo en el 2006, ocupa la tercera posición por concepto de exportaciones, habiendo registrado 1.550 millones de dólares de ingresos durante este año, muy por encima de industrias tan tradicionales como el café, los textiles, las flores y el banano (Grafico 10).

En la Tabla 12, se puede observar como en el año 2005 el turismo represento el 5.19% del total de las exportaciones y en el año 2006 el 5.68% y generando, al comparar las exportaciones e importaciones de la cuenta de viajes, un superávit en este rubro.

Cabe destacar que al comparar el año 2005 y 2006 se registra un crecimiento en la generación de divisas de 27%.

**GRAFICO 10. EXPORTACIONES FOB COLOMBIA  
(Millones de USD)**



Fuente: PROEXPORT  
Banco de la República (Cuenta Viajes)

**TABLA 12. IMPORTANCIA DEL TURISMO SOBRE LA BALANZA  
COMERCIAL DE COLOMBIA**

	2005	2006
	Millones US\$	
TOTAL EXPORTACIONES (Xs)	23.482	27.302
<i>Exportaciones Viajes</i>	1.218	1.550
<i>Expor. Viajes /Total Expor. *100</i>	5,19 %	5,68 %
Importaciones Viajes	1.127	1.329
<i>Exportaciones Viajes – Importaciones Viajes</i>	91	222

	<b>2005</b>	<b>2006</b>
		Millones US\$
Divisas Generadas	1.218	1.550
<i>Crecimiento</i>		27%
Fuente: Banco de la República. Cálculo de los autores		

## 5. TURISMO: CONTEXTO REGIONAL

*“No es la benevolencia del carnicero, del cervecero o del panadero la que nos procura el alimento, sino su consideración de sus propios intereses”*

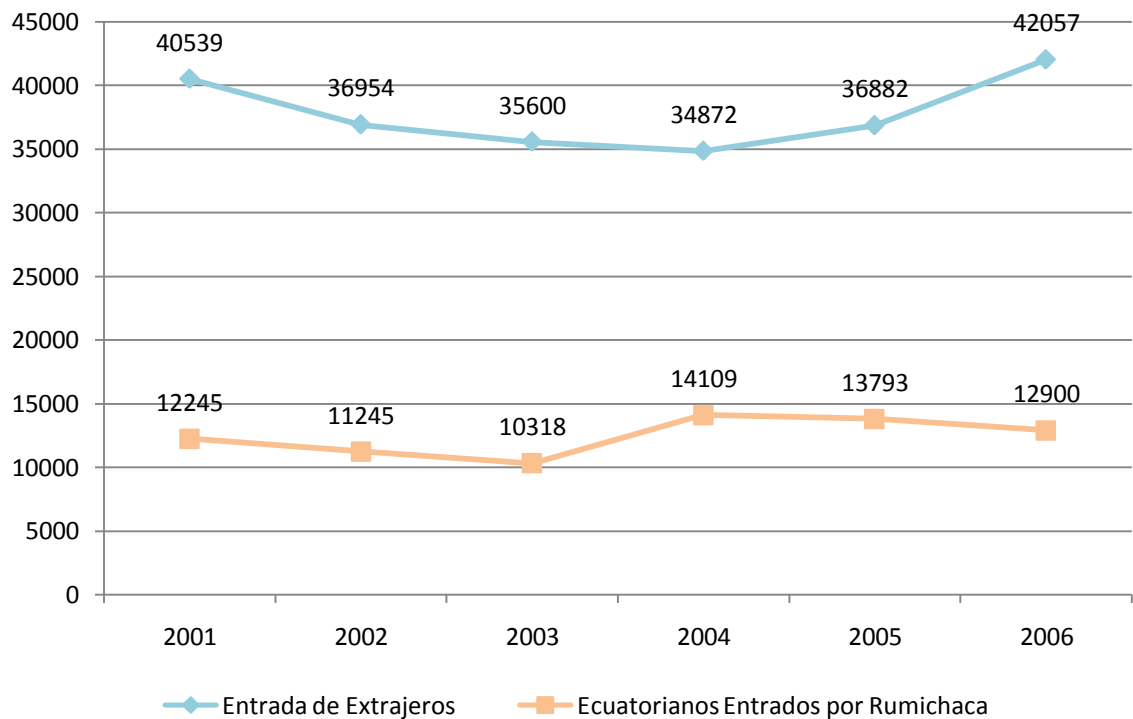
**Adam Smith**  
**LA RIQUEZA DE LAS NACIONES (1776)**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

El Departamento de Nariño ha tenido un incremento en el nivel de llegadas de extranjeros a la región, en este sentido y a pesar del declive de turistas que se vivió durante los años 2001 – 2004 en donde la entrada de turistas se disminuyó en cerca de 5.667 visitantes; para el año 2005 se observa una reactivación del 5,76% en los visitantes y de un 14% con respecto al 2004, para el año 2006 (Gráfico 11). Cabe destacar que el turismo Ecuatoriano representa en promedio durante el periodo analizado el 33% del total de los visitantes que llegan a Colombia por la Frontera Nariñense. Estos resultados se derivan de la política adoptada por el viceministerio de Turismo Colombiano promocionada en el Ecuador denominada “Vive Colombia, Viaja por Ella”, en donde se inician las caravanas turísticas hacia Colombia y principalmente hacia las Lajas, La cocha y Tumaco.

**GRAFICO 11. ENTRADA DE EXTRANJEROS  
VIA TERRESTRE  
2001 - 2006**

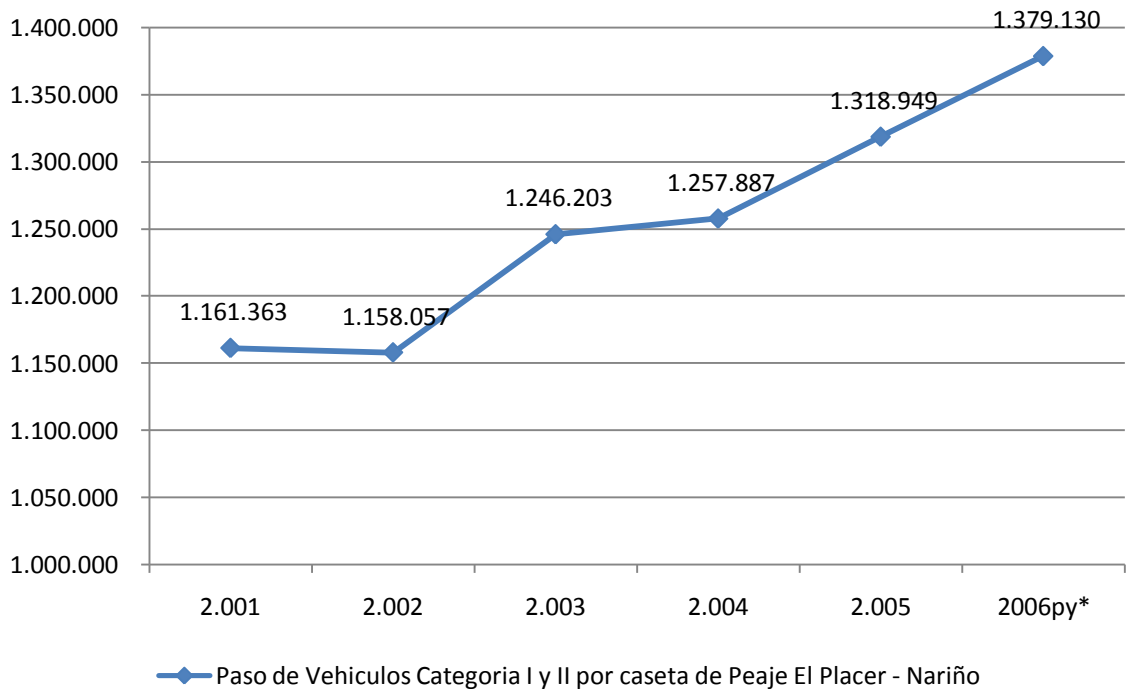


FUENTE: Migración Rumichaca (Puente Internacional - Ipiales), Departamento Administrativo de Seguridad “DAS” (seccional Nariño – Putumayo) y ECUADOR: Anuario de Migración Internacional – INEC. Cálculo de los autores

## 5.1. TURISMO DOMESTICO

Al igual que en el país, la población nariñense también se ha visto motivada a visitar nuevos lugares, conocer nuevas costumbres, relajarse y variar de hábitos alimenticios, favoreciendo la gastronomía típica de la región. En el grafico 12 se puede observar como el flujo vehicular en el departamento de Nariño, registrado en el Peaje el Placer se ha incrementado a partir de año 2002 cuando era de 1.115.057 y el cual paso a 1.379.130 vehículos en el 2006, con un incremento interanual de 4,49%; factor que se ha debido principalmente a la mayor seguridad registrada en la vías departamentales y que han posibilitado una mayor confianza en la región para viajar a otros lugares.

**GRAFICO 12. FLUJO VEHICULAR  
NARIÑO**

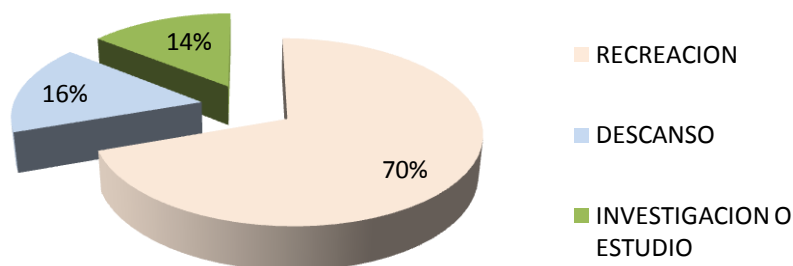


FUENTE: Instituto Nacional de Vías – INVIAS. Cálculo de los autores

\*: Proyectado por los autores.

El turismo domestico en la región fue realizado en los últimos 5 años por más del 82% de la población, y principalmente por recreación (70%), por descanso (16%), por investigación o estudio (14%). (Gráfico 13)

**GRAFICO 13. MOTIVOS DE SALIDA**



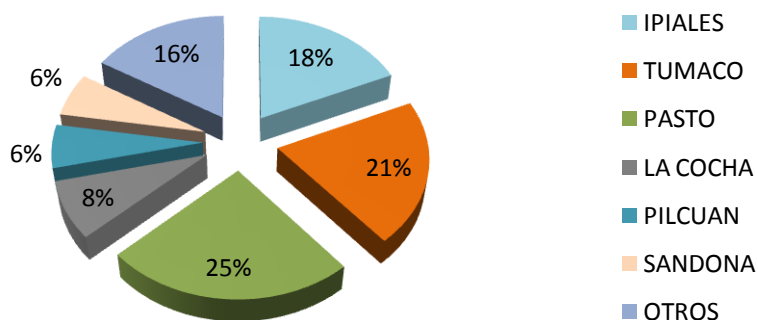
FUENTE: Cálculo de los Autores.

Los destinos a los cuales las personas se dirigen principalmente son Pasto, Tumaco, IpiALES; estos tres destinos ocupan el 54% de la atención de los turistas, mientras tanto los destinos de menor atención son Pilcuán y Sandona; por su parte la Cocha tiene una participación en el total de turistas que se desplazan dentro del Departamento del 8%. (Gráfico 14)

En viajes largos la tendencia en el tiempo de estancia es similar entre las personas de la Sierra que viajan a la Costa o viceversa, debido a que por lo general se quedan en promedio 3,2 días con un gasto de promedio diario de \$95.894 pesos por persona

Los viajes dentro del Departamento se realizan por transporte terrestre debido a factores como el alto costo del transporte aéreo y también debido a la facilidad que involucra viajar de un municipio a otro por el corto trayecto de una región a otra.

**GRAFICO 14. LUGARES HACIA DONDE SE DESPLAZO DENTRO DEL DEPARTAMENTO**



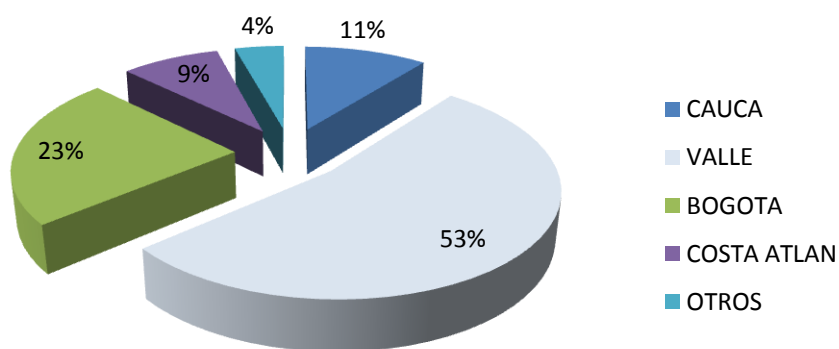
FUENTE: Cálculo de los Autores.

## 5.2. TURISMO EMISOR

Al relacionar el total de las personas que han practicado alguna clase de turismo, solo el 83% han salido del Departamento.

Los destinos principales de estas personas son los Departamentos de Valle (53%), Bogotá (23%), Cauca (11%) y Costa Atlántica (9%) y el restante 4% son personas que se desplazan principalmente a Departamentos como el Meta, Caldas y Antioquia. (Gráfico 15)

**GRAFICO 15. LUGARES HACIA DONDE SE DESPLAZO DENTRO DEL PAIS**



FUENTE: Cálculo de los Autores.

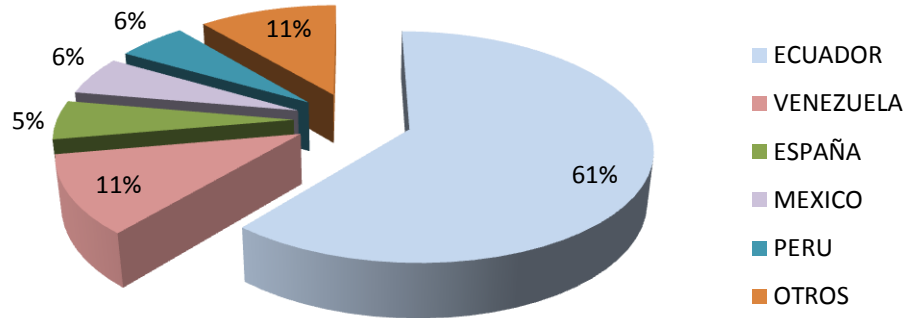
De estas personas el 89% se desplazan por medio terrestre y sólo el 11% se desplaza por transporte aéreo, esta situación se deriva de los altos costos de las tarifas del transporte aéreo.

Cuando las personas viajan fuera del Departamento por turismo, su promedio de estadía se encuentra en los 6,8 días, los cuales tienen un costo promedio diario de \$102.941 pesos.

Es preciso señalar, que el 64% de las personas de la región han realizado turismo en otro país. De esta forma y como es de esperar, del total de las personas que acostumbran a salir fuera de la nación el 61% visitan a Ecuador debido principalmente por su cercanía, seguido por Venezuela (11%), Perú y México (6%) y España (5%); las visitas hacia Estados Unidos, Brasil, Argentina, Chile, entre otros, son realizadas por el 11%. (Gráfico 16)



**GRAFICO 16. LUGARES HACIA DONDE SE DESPLAZO FUERA DEL PAIS**

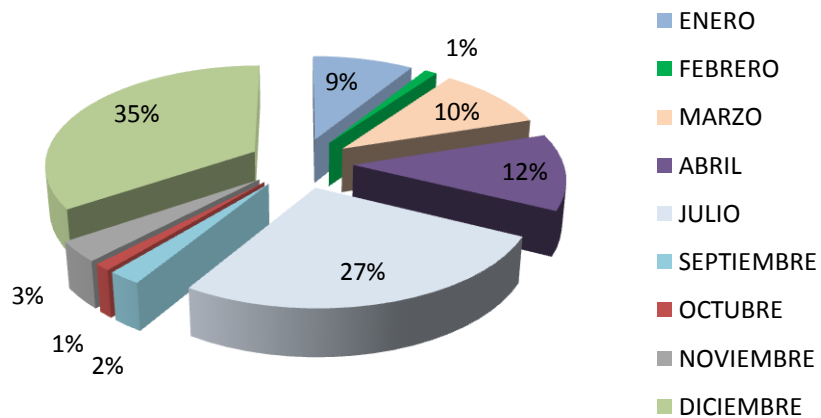


FUENTE: Cálculo de los Autores.

Tanto el turismo domestico como el emisor tienen meses de mayor salida de turistas debido básicamente a las temporadas de vacaciones tanto para los trabajadores como para los estudiantes.

De esta forma se observa como el 35% de las personas prefieren realizar turismo en Diciembre, seguido de un 27% que prefiere el mes de Julio y un 12% que prefiere el mes de Abril. Mientras tanto, los meses en los cuales existe menos tráfico de turistas son: Febrero, Septiembre, Octubre y Noviembre. (Gráfico 17)

**GRAFICO 17. MESES DE MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS**



FUENTE: Cálculo de los Autores.

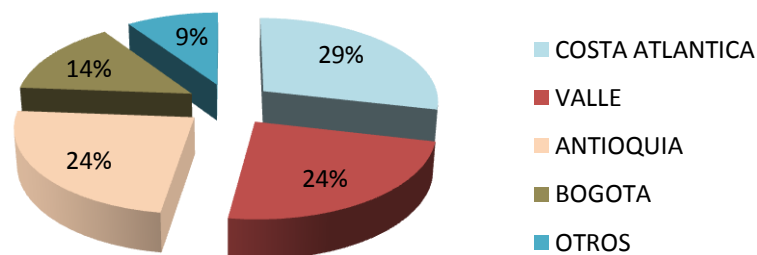
Cabe establecer que de estas personas el 60,71% tienen 2 vacaciones anuales.

### 5.3. TURISMO RECEPTOR

Nariño es un Departamento que tiene muchos atractivos turísticos destacando sus reservas naturales, carnavales y monumentos Religiosos. Estos factores llaman la atención de muchas personas a nivel nacional e internacional, de aquí que es necesario generar unas buenas políticas y condiciones para el desarrollo del sector.

Nariño tiene principalmente entrada de turistas provenientes de la Costa Atlántica 29%, seguido de los Departamentos de Valle y Antioquia con un 24% cada uno y Bogotá con el 14%. El 9% restante corresponde a aquellas personas provenientes de Departamentos como Putumayo, Cauca, Santander, entre otros. (Gráfico 18)

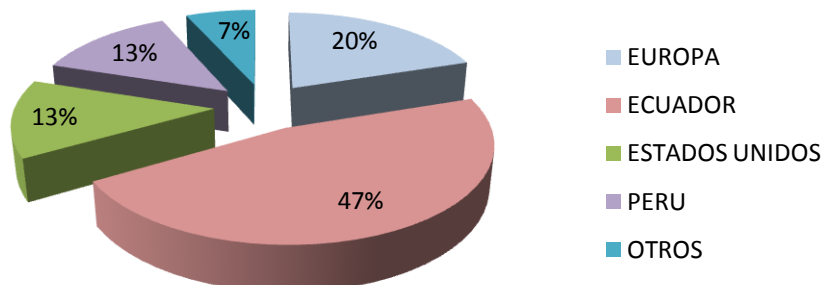
**GRAFICO 18. PROCEDENCIA DE TURISTAS COLOMBIANOS A NARIÑO**



FUENTE: Cálculo de los Autores.

Los turistas extranjeros que entran a Nariño proceden básicamente de Ecuador debido a que representan el 47%, esta cifra discrepa de los datos de las Instituciones Estadísticas citadas en el gráfico 9 debido a que existen muchos visitantes que entran a Nariño y que no se registran al pasar la frontera generando de esta forma un sesgo dentro de las estadísticas; Los visitantes Europeos representan el 20%, Estados Unidos y Perú el 13% cada uno y otros con un 7%, entre las principales nacionalidades que conforman el grupo de otros esta básicamente Brasileños, Chilenos, Venezolanos; y en los últimos años un incremento en el flujo de turistas Asiáticos. (Gráfico 19)

**GRAFICO 19. PROCEDENCIA DE TURISTAS  
EXTRANJEROS A NARIÑO**



FUENTE: Cálculo de los Autores.

Los turistas Ecuatorianos buscan dentro de sus expectativas realizar turismo Religioso básicamente en el Santuario de las Lajas y Etnoturismo con el carnaval de Blancos y Negros. Mientras tanto los turistas Norteamericanos y Europeos llegan a Nariño atraídos por el Ecoturismo, no obstante, los turistas Norteamericanos prefieren el turismo hacia los volcanes como son Galeras, Azufra y Cumbal, mientras que los Europeos son atraídos por la reservas forestales de la Planada, la Corota y Biotopo.

En este sentido el turista Norteamericano y Europeo llega a Nariño con fines investigativos tanto naturales como de investigación geofísica.

## 6. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST)

*“La libertad, Sancho, es uno de los más preciosos dones que a los hombres dieron los cielos; con ella no pueden igualarse los tesoros que encierra la tierra ni el mar encubre; por la libertad, así como por la honra, se puede y debe aventurar la vida”.*

**Miguel de Cervantes**  
**DON QUIJOTE DE LA MANCHA**



Fuente: Víctor Jaramillo – Diana Narváez.

Todos los países del mundo presentan características diferentes en su estructura territorial, histórica, cultural, costumbres, situación económica, avances tecnológicos, etc., lo cual ha propiciado a través del tiempo, el movimiento de las personas para conocer otros lugares con objeto de disfrutar de sus atractivos naturales, históricos y culturales, así como para realizar negocios, acceder a servicios médicos avanzados o capacitación externa.

Considerando al turismo como el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual, las autoridades de múltiples países se abocaron a conocer y expresar el fenómeno en forma estadística, circunscribiéndose en principio a la compilación de indicadores sobre el número de turistas, tiempo de permanencia, medio de transporte utilizado, capacidad hotelera, atractivos turísticos e ingresos y egresos de divisas por concepto de turismo.

Al paso del tiempo se observó que alrededor de los centros turísticos, cuyo atractivo principal es la naturaleza (playas, montañas, lagunas, por mencionar algunos); lugares históricos (pirámides, ciudades coloniales, etc.); así como los que ofrecen aspectos culturales (folclore, museos, centros recreativos, fiestas religiosas y producción artesanal). Se han desarrollado diversas actividades económicas cuyo objetivo principal es el de satisfacer la demanda de bienes y servicios de los visitantes, esta situación propició que las autoridades de los países se preocuparan por elaborar estudios tendientes a medir el impacto económico del turismo.

A nivel internacional, desde hace muchos años, se han realizado estudios para generar un marco conceptual mediante el cual sea factible la medición del turismo que contenga recomendaciones aceptadas por todos los países. Por ello, en 1937 el Consejo de la Sociedad de Naciones elaboró una definición referida al “Turismo Internacional”, la misma que fue modificada ligeramente en 1950 por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), posteriormente en 1953 la Comisión de las Naciones Unidas estableció el concepto de “visitante internacional”.

En 1975 se crea la Organización Mundial de Turismo (OMT), en sustitución de la UIOOT (cuya fundación se remonta a 1947), la cual surge como la principal Organización Internacional en el campo de los viajes y del turismo. Su objetivo general es la promoción y desarrollo del turismo como medio para estimular el progreso económico, fomentar la paz, la comprensión internacional y la cooperación entre los países.

En la actualidad, la OMT cuenta entre sus miembros a 113 Gobiernos y más de 170 afiliados procedentes del sector privado de viajes y turismo; es la única organización intergubernamental abierta al sector empresarial. Esta participación conjunta de los sectores público y privado estimula planteamientos estratégicos que competen al turismo.

Por otra parte, la OMT constituye un foro imprescindible en el que los Gobiernos y el Sector Privado pueden establecer las normas y estructuras necesarias con el fin de consolidar una de las industrias más dinámicas del mundo. Asimismo, la Organización apoya a los países con asistencia técnica y cursos de capacitación, además de fomentar el desarrollo planificado del turismo acorde con la protección al medio ambiente.

En 1978 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas después de la publicación y distribución de las directrices provisionales sobre estadísticas de turismo internacional, destacó la necesidad de que instituciones como la OMT prosiguieran con el trabajo en este campo de estudio. Desde entonces, la Organización Mundial del Turismo ha participado activamente en el mejoramiento de las estadísticas internacionales y nacionales del turismo y se ha propuesto entre otras tareas, la organización de seminarios, cursos, preparación y difusión de documentos técnicos para el acopio de estadísticas del turismo.

En este contexto, en 1991 en la Ciudad de Ottawa (capital de Canadá), se realizó la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo. En ella se congregaron representantes de Gobiernos prestadores de servicios turísticos y oficinas de estadística.

El objetivo primordial de la Conferencia fue definir estrategias para elaborar estadísticas turísticas confiables, adoptando una resolución que acotó la necesidad de información en materia de análisis, estudios de mercado, rendimiento industrial y previsiones del turismo. Asimismo, se conformó un Comité encargado de fomentar y ejecutar los acuerdos derivados de la Conferencia, así como de coordinar los trabajos con otras instituciones nacionales e internacionales. Desde entonces, la OMT ha preparado el documento denominado "Una Cuenta Satélite de Turismo", que contiene propuestas del marco conceptual, definiciones y recomendaciones para la cuantificación amplia de las actividades relacionadas con el turismo, todas ellas acorde con los lineamientos expresados en la contabilidad nacional.

Sumado a esto, se han estudiado las investigaciones y experiencias prácticas desarrolladas por organismos internacionales e instituciones públicas y privadas de los países, y esto ha llevado a establecer la existencia de un consenso que mira con buenos ojos la construcción de un esquema de información económica para el turismo en el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN). Ello debido a que el sistema está constituido por un conjunto coherente, sistemático e integrado de cuentas macroeconómicas, balances y cuadros que se elaboran con base en conceptos, definiciones, principios y reglas contables aceptadas internacionalmente.

La versión más reciente de las recomendaciones internacionales en materia de contabilidad nacional están plasmadas en el documento denominado "Sistema de

Cuentas Nacionales 1993” (SCN 1993). Este manual constituye el marco de referencia para elaborar los estudios de actividades o sectores institucionales a nivel macroeconómico y está armonizado en materia de clasificaciones, definiciones y tratamientos con otros documentos internacionales “como son la 5ª edición del Manual de Balanza de Pagos, de Finanzas Públicas y de Estadísticas Financieras y Monetarias del FMI, la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU, Rev. 3) de la ONU, entre otros”<sup>42</sup>.

Es precisamente en este nuevo documento SCN 1993, donde se recomienda a los países la construcción de Cuentas o Sistemas Satélite funcionalmente orientados al estudio de actividades económicas particulares, con objeto de ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional en sectores de interés, de una manera flexible y sin distorsionar el sistema central.

En los últimos años, a nivel mundial se han realizado intentos por obtener una visión más completa del turismo, abarcando la demanda y la oferta de la denominada industria turística con la finalidad de registrar los datos obtenidos dentro del ámbito de la contabilidad nacional.

En este sentido el Turismo está relacionado con los bienes y servicios que demandan los turistas, las unidades de producción (empresas o establecimientos) que los generan y suministran, también comprende al conjunto de unidades institucionales que participan en las transacciones y que se encuentran localizadas en un lugar determinado, que para efectos de la CST se denomina zona turística ya que en dicha ubicación los oferentes de bienes y servicios mantienen una estrecha relación con los turistas.

La CST toma en consideración las recomendaciones internacionales que emana el SCN 1993, adaptándolas a las necesidades y prioridades del sector. Esto significa que adopta los conceptos, definiciones, clasificaciones y delimitaciones, acotados en él y que están relacionadas con el aspecto específico del turismo.

Los beneficios de unas buenas estadísticas turísticas se derivan de que son instrumentos eficaces a la hora de diseñar estrategias de marketing, reforzar las relaciones interinstitucionales, evaluar la eficiencia de las decisiones administrativas y mejorar la medición turística a nivel Nacional y Regional.

Por otra parte, se puede establecer que la Teorometría (estadística Turística) ha forjado en algunos países y regiones, iniciativas como las siguientes:

---

<sup>42</sup> Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite de Turismo de México 1999 – 2004. México, 2006. p. 17

- La utilización de la CST y su concepción de turismo en términos de industria ha posibilitado su desarrollo como instrumento de apoyo para la formulación de políticas y proyectos.
- La promoción de la cooperación con otros organismos gubernamentales, como son las Oficinas de Estadística (Para Colombia: DANE), el Banco Central (Para Colombia: Banco de la República y su oficina responsable de la balanza de pagos) y las Autoridades de Inmigración (Para Colombia: DAS).
- La exploración de nuevas posibilidades de cooperación público-privada, por ejemplo, la medición de los ingresos estatales derivados de la actividad turística por rentas impositivas, el papel que desempeñan las industrias turísticas y los esfuerzos desplegados en el ámbito de la investigación por medio de las Universidades.
- El establecimiento de relaciones de asociación no tradicionales con instituciones y agentes económicos ajenos al sector turístico (como los sectores agrícola y artesanos) que se ven beneficiados en gran medida por el turismo, pero a los que se sigue manteniendo al margen por no considerarlos intrínsecamente vinculados con este sector.
- Una nueva perspectiva del marketing: cada vez está más demostrado que una información estadística más completa (sobre el turismo tanto interno como receptor) puede contribuir a la elaboración más precisa de políticas, estrategias y programas de marketing, asegurar una gestión más eficaz de los recursos asignados a las Administraciones Nacionales Turísticas (ANT) o Administraciones Regionales Turísticas (ART) y mejorar los análisis.
- La exploración del establecimiento de vínculos entre la contabilidad ambiental y la CST para poner de manifiesto el potencial de un nuevo paradigma de desarrollo turístico que integre los objetivos del desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental en un territorio determinado.
- La necesidad de reconsiderar, reorientar, rediseñar y reestructurar las misiones, papeles, funciones, programas y actividades de las ANT o ART, desde una perspectiva tanto cuantitativa como cualitativa, con el objeto de promover y aprovechar al máximo el potencial que ofrece el proyecto de la CST.

Todas estas iniciativas surgen de la propia naturaleza de la CST y estimularán sin duda un cambio radical en el papel de las ANT o ART, a medio plazo.

Algunas experiencias sobre el manejo de la CST son las siguientes:



## BRASIL:

“Los resultados sobre la Investigación en el tema de turismo y desarrollados por la institución (IBGE, Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística), contribuyen a la construcción de un sistema integrado de estadísticas para el análisis y la medición de este importante segmento económico”.

“Este estudio proyecta una visión de la importancia de cada sector constituyéndose en una herramienta microeconómica y además, determinando la participación de esta actividad dentro de la economía Brasileña”<sup>43</sup>. (Traducción del portugués: esta Investigación).

## CHILE:

“Es nuestra intención que este documento contribuya a ampliar el conocimiento acerca de la actividad turística en Chile, a conocer sus diversos parámetros, junto con dimensionar su gran potencial como generador y distribuidor de riqueza y de empleo en el territorio nacional y que, además, permita evaluar su aporte al desarrollo de los valores culturales y sociales del país”<sup>44</sup>

## ECUADOR:

“El Interés de esta Cartera de Estado, que la presente información sirva como herramienta de consulta y en la toma de decisiones cuando se definan estrategias, planes, programas y proyectos orientados al desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador”<sup>45</sup>.

## MÉXICO:

“Los resultados obtenidos sobre las actividades relacionadas con el turismo permiten dimensionar la importancia que éste tiene en la economía; tanto en el total del país, como en las actividades en que participa. Esta cuantificación se logra mediante el cálculo de agregados similares a los que se incluyen en la contabilidad nacional, ampliándose así la base informativa del turismo”<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. Economía do Turismo - Análise das atividades características do turismo 2003. Rio de Janeiro. Brasil, 2007.

<sup>44</sup> Instituto Nacional de Estadística – Servicio Nacional Turístico. Turismo Informe Anual 2005. Santiago, Chile, 2006.

<sup>45</sup> SALVADOR, María. Boletín de Estadísticas Turísticas 2000 – 2004. Quito. Ecuador, 2005.

<sup>46</sup> Nacional de Estadística, Geografía e Informativo y Secretaria de Turismo. Cuenta Satélite de Turismo de México 1999 – 2004. México D.F., México, 2006.

Una vez establecidas las ventajas y algunas experiencias que el mundo ha tenido con la creación de la CST, se procederá a explicar algunos conceptos básicos sobre la construcción de la misma:

### **6.1. LÍMITE DE PRODUCCIÓN**

Si se considera como base el principio de que sólo lo que ha sido producido puede ser consumido, se precisa utilizar el concepto del límite o frontera de la producción, ya que la acotación consistente que da la pauta para enmarcar los bienes y servicios que son producidos para satisfacer las necesidades de los turistas (demanda) además de ubicar perfectamente a los productores de esos bienes y servicios (oferta). Al igual que en el SCN 1993, en la CST se registra el menor número de imputaciones posibles.

Por lo anterior, los cálculos de la CST comprenden el suministro de bienes y servicios de mercado proporcionados por terceros, así como los servicios individuales y colectivos de no mercado que son prestados a favor de los turistas por el Gobierno General y las Instituciones sin Fines de Lucro que Sirven a los Hogares (ISFLSH).

Para dimensionar la importancia económica del turismo, en principio, se debe entender que su cuantificación implica disponer de datos sobre la demanda de bienes y servicios que efectúan los turistas, lo que propicia implícitamente la identificación de la oferta de las actividades que directa o indirectamente están involucradas en proporcionar esos bienes y servicios.

### **6.2. PRODUCCIÓN DE MERCADO Y DE NO MERCADO**

Se denomina producción de mercado a la que es vendida a precios que son económicamente significativos, es decir, que influyen sobre el número de unidades que los productores están dispuestos a ofertar y que también determinan las cantidades que los compradores desean adquirir. Por valor de mercado debe entenderse el monto acordado por las partes que participan en una transacción económica. En la CST la producción de mercado está constituida por los bienes y servicios que los productores ponen a disposición de los visitantes. Por producción de no mercado se entiende, a los bienes y servicios individuales o colectivos que son producidos por el Gobierno General y las Instituciones sin Fines de Lucro que Sirven a los Hogares, los mismos que son suministrados gratuitamente o a precios que no son económicamente significativos, es decir, que no tienen un precio de mercado.

### 6.3. PRINCIPALES AGREGADOS DEL TURISMO

Para dimensionar la importancia económica del turismo, en principio es necesario disponer de información sobre la demanda de bienes y servicios que efectúan los turistas, lo que implícitamente propicia la identificación de las actividades que directa o indirectamente están involucradas en proporcionar esos bienes y servicios. De ahí que para el cálculo del turismo, primero se delimitan los conceptos de demanda y oferta turística, para lo cual se aplican los principios, criterios, normas contables, definiciones y clasificaciones descritas, determinándose así los principales indicadores macroeconómicos del turismo los mismos que en buena medida, están sujetos a la disponibilidad de información estadística.

Desde el punto de vista de la *demanda* el turismo se refiere al consumo de los visitantes, en tanto que la *oferta* se puede precisar a través de la cuantificación de las actividades que generan los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los visitantes.

### 6.4. ENFOQUE DE LA DEMANDA

Como ya se ha mencionado el turismo es un concepto relacionado fundamentalmente con la demanda, de ahí que dos agregados importantes que se pueden obtener desde esta óptica son: el consumo y el gasto turísticos.

**6.4.1. El consumo turístico:** comprende las erogaciones realizadas directamente por los visitantes. Por tanto, en esa variable se incluyen:

- El valor monetario del gasto en consumo final de los visitantes.
- El monto que las unidades económicas destinan para el desempeño de las actividades de sus empleados fuera de su entorno laboral tales como, viáticos, pasajes, etc.

Un aspecto más del consumo turístico se refiere a todos los bienes y servicios que el visitante adquiere antes, durante y después del viaje y que están relacionados con ese propósito, excepto la adquisición de bienes de consumo duradero como vehículos, botes de navegación, etc. Para colocar un ejemplo se puede establecer que la Cuenta Satélite de México incluye maletas, ropa y calzado, artesanías, películas para fotografía, artículos para el aseo y la limpieza personal, servicios de alojamiento y transporte; entre otros bienes y servicios.

Según el documento “Recomendaciones sobre Estadísticas Turísticas”, el gasto turístico se define como “Todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por

cuenta de un visitante durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino”.<sup>47</sup>

El concepto de gasto turístico incluye también erogaciones que indirectamente son realizadas en favor del visitante por familiares o amigos a través de regalos y desembolsos por concepto de viajes de negocios (pasajes y viáticos), que son cubiertos por la empresa o institución donde trabaja el visitante. En este último caso, se presenta una discrepancia entre la CST y las recomendaciones del SCN 1993, ya que ese tipo de gastos en el Sistema se clasifican en el consumo intermedio de las unidades productivas que efectúan la erogación, y en la CST se consideran como gastos de visitantes.

No obstante, algunos desembolsos que puede realizar el visitante se excluyen del gasto turístico como las compras con fines comerciales, es decir, mercancías para reventa, la adquisición de terrenos, viviendas, bienes raíces, obras de arte, entre otros; la entrega durante el viaje turístico de cantidades de dinero a familiares o amigos y los donativos otorgados a instituciones sin fines de lucro en el lugar visitado, que no representan un pago por bienes o servicios turísticos.

Teóricamente, de acuerdo con la OMT, el gasto turístico también comprende:

- La prestación de servicios de apoyo proporcionados por los diferentes niveles institucionales pertenecientes al Gobierno General y que están relacionados con los servicios de carácter colectivo de no mercado.
- La Formación Bruta de Capital Fijo de las actividades definidas como turísticas.
- Las adquisiciones netas de activos no financieros no producidos, como los terrenos.
- Las transferencias que canalizan otras unidades económicas a favor de los visitantes o de los agentes económicos que realizan actividades relacionadas con el turismo.

De acuerdo con lo anterior, dado que en la conformación de la CST se aplican los mismos principios que se utilizan en el SCN 1993, los resultados de ambos pueden relacionarse entre sí, tal es el caso del Producto Interno Bruto (PIB).

## **6.5. ENFOQUE DE LA OFERTA**

El enfoque de la oferta, centra su atención en las unidades económicas que producen bienes y servicios para satisfacer los requerimientos de parte de los visitantes. Siendo así, al considerar unidades de producción la importancia de éstas se mide por el valor agregado bruto que generan durante el proceso productivo, es decir, se refiere al valor de la producción libre de duplicaciones ya

---

<sup>47</sup> OMT- ONU. Recomendaciones sobre Estadísticas Turísticas. Naciones Unidas. 2003. p. 83

que excluye la utilización de los bienes y servicios necesarios para llevar a cabo ese proceso productivo.

La actividad turística, en este sentido, mide los flujos que genera esa demanda, que puede ser doméstica (residentes que visitan su propio país) receptiva (no residentes procedentes de otro país) emisor (residentes de un país que se dirigen a otro). Esas migraciones generan estadísticas diversas centradas por ejemplo en impactos económicos, ambientales, sociales, etc., que estas migraciones generan en los lugares que visitan.

Esas estadísticas por su dinámica y características se convierten en internacionales y que para efectos comparativos depende en gran medida de:

- Un consenso sobre la elección de las industrias características del turismo, es decir, aquellas industrias en las que la demanda del turismo cuenta con las repercusiones directas más importantes y una estimación del índice turístico<sup>48</sup> de sus resultados.
- Los métodos utilizados para calcular los efectos indirectos sobre los resultados en muchas otras industrias.

Las presentaciones estadísticas, difieren si incluyen o no dichos efectos indirectos en la evaluación del turismo en la economía. Probablemente, la elección más global de industrias es la adoptada por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council - WTTC), organización privada que tiene en cuenta las industrias cuyo índice de turismo es bajo pero cuyos productos y servicios (como la construcción y la operación de infraestructura de los transportes) tienen un gran valor en el desarrollo de la actividad.

El carácter de demanda que tiene el turismo constituye la base de una metodología para la Cuenta Satélite del Turismo, elaborada por la Organización Mundial del Turismo y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), y adoptada por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas a principios del 2000. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha cooperado con dichas organizaciones de conformidad con el mandato que le confirió la Reunión tripartita sobre las repercusiones de las nuevas tecnologías en el empleo y las condiciones de trabajo en el sector de la hotelería, restaurantes y turismo en

---

<sup>48</sup> Los gastos realizados por, o en nombre de, el visitante antes, durante y después del viaje y los gastos relacionados con el mismo realizado en un lugar distinto al del entorno habitual del visitante; un visitante puede ser un viajante del día o un turista, si bien los términos «visita» o «viaje» incluyen el viaje realizado por motivos laborales o por motivos personales (no necesariamente por ocio). Se excluyen algunos tipos de viajes, a saber los realizados por migrantes, diplomáticos o personal militar al aceptar una cita. También se incluye al viajante que realiza transbordos porque el transbordo se considera parte del entorno habitual. OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment, Paris, 2000, pág. 16.

1997, con miras a proporcionar una metodología para la producción y la presentación de las estadísticas laborales relativas al turismo que sustituyera a la Cuenta Satélite del Turismo.

En ese sentido la OIT formuló una propuesta para crear un sistema de contabilidad laboral para el turismo basada en un sistema de contabilidad laboral general. La OCDE adjuntó al sistema de contabilidad laboral una serie de cuestiones relacionadas con el trabajo en el "módulo de empleo" detallado.

Algunos países de la OCDE ya han desplegado los primeros esfuerzos para presentar un sistema de contabilidad en el turismo, a partir de las cifras de los sistemas de contabilidad nacional como se exige en la metodología adoptada por la Comisión de Estadística en el 2000.

La CST propone para el manejo de la información turística la definición de las actividades características del turismo, las cuales se pueden identificar como aquellas acciones productivas que generan un producto característico del turismo.

De manera general se describen estas actividades características en el siguiente cuadro:

**FIGURA 4. LISTA DE ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO**

<b>Descripción de actividades</b>	<b>CIIU Rev. 3</b>
1. Hoteles y similares	5510
2. Segundas viviendas en propiedad (imputada)	Parte de 7010
3. Restaurantes y similares	5520
4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	Parte de 6010
5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	Parte de (6021 y 6022)
6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros	Parte de (6110 y 6120)
7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	Parte de (6210 y 6220)
8. Servicios anexos al transporte de pasajeros	Parte de 6303
9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros	Parte de (7111, 7112 y 7113)

10. Agencias de viajes y similares	6304
11. Servicios culturales	9232
	9233
	Parte de 9214
12. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento	Parte de 9241
	Parte de 9219
	Parte de 9249

Fuente: "SENA" (2006). Caracterización Ocupacional del Sector Turismo.

## FIGURA 5. LISTA DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO

### 1. Servicios de alojamiento

#### 1.1 Hoteles y otros servicios de alojamiento

- Servicios de alojamiento en hoteles y moteles
- Servicios de centros de vacaciones y hogares de vacaciones
- Servicios de arrendamiento de alojamientos amueblados
- Servicios de albergues juveniles
- Servicios de centros de entrenamiento y vacaciones para niños
- Servicios para acampamentos y campamentos para remolques
- Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes
- Servicios auxiliares de las actividades de multipropiedad

#### 2. Servicios de provisión de alimentación y bebidas

- Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante
- Servicios de provisión de comida en establecimientos de autoservicio
- Otros servicios de provisión de comida
- Servicios de provisión de bebidas para su consumo en el local

#### 3. Servicios de transporte de pasajeros

##### 3.1 Servicios de transporte interurbano por ferrocarril

- Servicios regulares de transporte por ferrocarril
- Servicios no regulares de transporte por ferrocarril

##### 3.2 Servicios de transporte por carretera

- Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera
- Servicios regulares especiales interurbanos de transporte de viajeros por carretera

- Servicios regulares de remontes para esquiar
- Servicios de teleféricos y funiculares
- Servicios de taxi
- Servicios de alquiler de automóviles con conductor
- Servicios de alquiler de autobuses y autocares con conductor

### 3.3 Servicios de transporte marítimo

- Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos
- Otros servicios regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior
- Otros servicios no regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior
- Servicios de crucero
- Servicios de alquiler de embarcaciones de cabotaje y exterior con tripulación para transporte de viajeros
- Servicios de transporte de viajeros en ferries por vías interiores de navegación
- Servicios regulares de viajeros
- Servicios de excursiones panorámicas
- Servicios de cruceros
- Servicios de alquiler de embarcaciones con tripulación para el transporte de viajeros por vías interiores de navegación

### 3.4 Servicios de transporte aéreo

- Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular
- Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio no regular
- Servicios de excursiones panorámicas en aeroplano o en helicóptero
- Servicio de alquiler de aeronaves con tripulación

### 3.5 Servicios conexos al transporte de pasajeros

- Servicios de ayuda a la navegación
- Servicios auxiliares del transporte por ferrocarril
- Servicios de estaciones de autobuses
- Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros
- Servicios de explotación de puertos y vías de navegación (excepto carga y descarga)
- Servicios auxiliares del transporte por vía acuática relacionados con el combustible
- Servicios de mantenimiento y conservación de embarcaciones de pasajeros privadas
- Servicios de explotación de aeropuertos (excepto carga y descarga)
- Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial



---

### 3.6 Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros

- Servicios de leasing o alquiler de automóviles o camionetas sin conductor
- Servicios de leasing o alquiler de caravanas/autocaravanas sin conductor
- Servicios de leasing o alquiler de buques de pasajeros sin tripulación
- Servicios de leasing o alquiler de aeronaves de pasajeros sin tripulación

### 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros

- Servicios de mantenimiento y reparación de remolques, semirremolques y otros vehículos de motor no clasificados en otro lugar
- Servicios de mantenimiento y reparación de embarcaciones de recreo de uso propio
- Servicios de mantenimiento y reparación de aviones de recreo de uso propio

## 4. Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo

### 4.1 Servicios de las agencias de viajes

- Servicios de agencias de viaje

### 4.2 Servicios de los tour operadores

- Servicios de tour operadores

### 4.3 Servicios de información turística y de los guías de turismo

- Servicios de información turística
- Servicios de guías de turismo

## 5. Servicios culturales

### 5.1 Representaciones artísticas

- Servicios de explotación de salas de espectáculos
- Servicios relacionados con actores

### 5.2 Museos y otros servicios culturales

- Servicios relacionados con museos, excepto lugares y edificios históricos
- Servicios de conservación de lugares y edificios históricos
- Servicios relacionados con jardines botánicos y zoológicos
- Servicios relacionados con reservas naturales incluyendo servicios de conservación de la fauna

## 6. Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento

### 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos

- Servicios de promoción y organización de pruebas deportivas de competición y de esparcimiento
  - Servicios de campos de golf
  - Servicios de explotación de pistas de esquí
-

- Circuitos de carreras
- Servicios de playa y de parques recreativos
- Deportes de aventura y riesgo

#### 6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo

- Servicios relacionados con parques temáticos
- Servicios relacionados con parques de atracciones
- Servicios relacionados con ferias y parques de atracciones
- Servicios relacionados con casinos
- Servicios relacionados con máquinas tragaperras

### 7. Servicios turísticos diversos

#### 7.1 Servicios financieros y de seguros

- Servicios de tarjetas de viaje
- Servicios de crédito para viajes
- Servicios de seguros de vida
- Servicios de seguros de accidente en viaje
- Servicios de seguros de enfermedad en viaje
- Servicios de seguros particulares de los viajeros en aeronaves
- Servicios de seguros particulares de los viajeros en embarcaciones
- Servicios de seguros de viajes
- Servicios de cambio de divisas

#### 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes

- Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte terrestre que no sean a motor
- Servicios de leasing o alquiler de equipos para deportes de invierno
- Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte aéreo que no sean a motor
- Servicios de leasing o alquiler de equipos de playa o para deportes acuáticos
- Servicios de leasing o alquiler de equipos de camping
- Servicios de leasing o alquiler de sillas de montar
- Servicios de alquiler de cámaras fotográficas

#### 7.3 Otros servicios turísticos

- Servicios de organización de ferias de muestras y exposiciones
- Servicios de balnearios
- Servicios de licencias de pesca
- Servicios de licencias de caza
- Servicios de emisión de pasaportes
- Servicios de emisión de visados
- Servicios de guía (montaña, caza y pesca)
- Servicios de acompañamiento o escolta

Fuente: "SENA" (2006). Caracterización Ocupacional del Sector Turismo.

## **6.6. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO PARA NARIÑO**

Una vez establecido el fin último de la incorporación de la CST se debe establecer que para Nariño esta Cuenta será de mucha importancia para determinar la relevancia que este sector tiene para la economía regional.

No obstante, el lector debe tener en claro que por el subdesarrollo del País y del Departamento, muchos de los productos Turísticos que la OMT introdujo en el documento base para el análisis estadístico de este sector no se encuentran contabilizados para el Departamento y en algunos casos, muchos de estos productos no existen en la región como es el caso específico de los Servicios de transporte por ferrocarril.

Bajo este entorno se debe proceder a determinar que para Nariño se tiene como matrices de análisis turístico las referentes a:

- Producción Bruta del sector Turismo.
- El consumo intermedio del sector Turismo.
- El Valor Agregado del sector Turismo.
- La Remuneración al Trabajo del Sector Turismo.
- Impuestos indirectos del sector Turismo.
- Excedente Bruto de Explotación del sector Turismo.

Por cuestiones metodológicas las matrices serán contabilizadas a precios corrientes y constantes de 1990.

La Estimación de las matrices que conforman la CST servirá de base para determinar las cuentas de Producción y de Generación de Ingreso, y así finalmente se obtendrá la cuantificación de la Industria Turística para Nariño, la cual servirá de base para determinar la importancia de este sector como alternativa de desarrollo para el Departamento.

### **6.6.1. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO PARA NARIÑO A PRECIOS CORRIENTES**

**TABLA 13. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
PRODUCCIÓN BRUTA DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	53666,78	65170,33	79698,31	97441,54	118959,07	143455,84
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	33974,94	37260,74	38344,90	40973,39	43759,55	45846,00
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	149730,70	175108,34	195033,61	217835,57	243424,45	266908,92
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	2873,46	2982,99	2869,87	3000,38	3603,38	5098,88
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	909,18	945,85	982,51	1018,38	1055,91	1092,04
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	6707,36	7102,32	7547,59	8043,71	8541,43	9098,66
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO</b>	<b>247862,42</b>	<b>288570,57</b>	<b>324476,80</b>	<b>368312,98</b>	<b>419343,78</b>	<b>471500,34</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 14. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**PRODUCCIÓN BRUTA DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

	PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>53666,78</b>	<b>65170,33</b>	<b>79698,31</b>	<b>97441,54</b>	<b>118959,07</b>	<b>143455,84</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	53666,78	65170,33	79698,31	97441,54	118959,07	143455,84
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	49348,56	60528,09	74707,67	92076,41	113191,32	137262,00
-	Residencias de estudiantes	4318,22	4642,24	4990,65	5365,13	5767,75	6193,84
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>33974,94</b>	<b>37260,74</b>	<b>38344,90</b>	<b>40973,39</b>	<b>43759,55</b>	<b>45846,00</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	33974,94	37260,74	38344,90	40973,39	43759,55	45846,00
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>149730,70</b>	<b>175108,34</b>	<b>195033,61</b>	<b>217835,57</b>	<b>243424,45</b>	<b>266908,92</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	85712,60	102036,00	113725,56	127018,43	141197,15	153380,20
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	85712,60	102036,00	113725,56	127018,43	141197,15	153380,20
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	18763,92	19409,70	20447,58	21220,17	22154,55	23132,72
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	18763,92	19409,70	20447,58	21220,17	22154,55	23132,72
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	41110,38	49332,45	56732,32	65242,17	74728,74	84191,40
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	41110,38	49332,45	56732,32	65242,17	74728,74	84191,40
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	4143,81	4330,19	4128,15	4354,81	5344,00	6204,60
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	2419,73	2535,51	2406,57	2552,00	3171,55	3714,36
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	1724,08	1794,68	1721,58	1802,81	2172,45	2490,24
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>2873,46</b>	<b>2982,99</b>	<b>2869,87</b>	<b>3000,38</b>	<b>3603,38</b>	<b>5098,88</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	2873,46	2982,99	2869,87	3000,38	3603,38	5098,88
-	Servicios de agencias de viaje	2873,46	2982,99	2869,87	3000,38	3603,38	5098,88
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>909,18</b>	<b>945,85</b>	<b>982,51</b>	<b>1018,38</b>	<b>1055,91</b>	<b>1092,04</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	909,18	945,85	982,51	1018,38	1055,91	1092,04
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	909,18	945,85	982,51	1018,38	1055,91	1092,04
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>6612,63</b>	<b>7003,80</b>	<b>7444,54</b>	<b>7935,72</b>	<b>8427,92</b>	<b>8979,08</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	6612,63	7003,80	7444,54	7935,72	8427,92	8979,08
-	Servicios relacionados con casinos	6612,63	7003,80	7444,54	7935,72	8427,92	8979,08
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>94,73</b>	<b>98,52</b>	<b>103,05</b>	<b>108,00</b>	<b>113,50</b>	<b>119,58</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	94,73	98,52	103,05	108,00	113,50	119,58
-	Servicios de balnearios	94,73	98,52	103,05	108,00	113,50	119,58
<b>=</b>	<b>PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO</b>	<b>247862,42</b>	<b>288570,57</b>	<b>324476,80</b>	<b>368312,98</b>	<b>419343,78</b>	<b>471500,34</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

La Producción bruta (PB) “corresponde a la producción total de los bienes y servicios realizada por los individuos, grupo de individuos u organismos que constituyen centros de decisión y acción económica. Es decir que la producción bruta se considera como el total de ingresos obtenidos por la prestación de un bien o servicio”<sup>49</sup>.

<sup>49</sup> Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño 1989 – 2000p. Universidad de Nariño. Pasto, 2002. p. 29.

**TABLA 15. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
CONSUMO INTERMEDIO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	15650,63	17020,75	18944,30	20441,92	21988,21	23641,53
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	16241,56	17890,85	18796,44	20700,57	22685,10	23968,00
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	68299,59	80771,72	90647,72	101586,48	113540,18	124534,74
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	669,96	708,82	636,38	685,52	789,21	887,94
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	524,99	544,37	552,10	568,15	585,26	600,08
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	1905,78	2007,37	2080,17	2235,00	2361,49	2524,84
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO</b>	<b>103292,50</b>	<b>118943,88</b>	<b>131657,10</b>	<b>146217,64</b>	<b>161949,45</b>	<b>176157,14</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 16. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**CONSUMO INTERMEDIO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

	PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>15650,63</b>	<b>17020,75</b>	<b>18944,30</b>	<b>20441,92</b>	<b>21988,21</b>	<b>23641,53</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	15650,63	17020,75	18944,30	20441,92	21988,21	23641,53
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	15305,17	16649,37	18545,05	20012,71	21526,79	23146,00
-	Residencias de estudiantes	345,46	371,38	399,25	429,21	461,42	495,53
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>16241,56</b>	<b>17890,85</b>	<b>18796,44</b>	<b>20700,57</b>	<b>22685,10</b>	<b>23968,00</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	16241,56	17890,85	18796,44	20700,57	22685,10	23968,00
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>68299,59</b>	<b>80771,72</b>	<b>90647,72</b>	<b>101586,48</b>	<b>113540,18</b>	<b>124534,74</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	42880,10	51044,80	56889,75	63536,70	70629,51	76721,76
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	42880,10	51044,80	56889,75	63536,70	70629,51	76721,76
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	5345,94	5508,45	5884,45	6118,24	6401,38	6717,30
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	5345,94	5508,45	5884,45	6118,24	6401,38	6717,30
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	19535,46	23642,64	27335,94	31378,33	35795,20	40095,12
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	19535,46	23642,64	27335,94	31378,33	35795,20	40095,12
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	538,09	575,83	537,58	553,21	714,09	1000,56
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	160,41	168,58	158,08	169,14	261,37	338,80
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	377,68	407,25	379,50	384,07	452,72	661,76
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>669,96</b>	<b>708,82</b>	<b>636,38</b>	<b>685,52</b>	<b>789,21</b>	<b>887,94</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	669,96	708,82	636,38	685,52	789,21	887,94
-	Servicios de agencias de viaje	669,96	708,82	636,38	685,52	789,21	887,94
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>524,99</b>	<b>544,37</b>	<b>552,10</b>	<b>568,15</b>	<b>585,26</b>	<b>600,08</b>



1	<i>Representaciones artísticas</i>	524,99	544,37	552,10	568,15	585,26	600,08
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	524,99	544,37	552,10	568,15	585,26	600,08
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>1859,58</b>	<b>1959,55</b>	<b>2030,39</b>	<b>2183,93</b>	<b>2308,33</b>	<b>2470,09</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	1859,58	1959,55	2030,39	2183,93	2308,33	2470,09
-	Servicios relacionados con casinos	1859,58	1959,55	2030,39	2183,93	2308,33	2470,09
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>46,20</b>	<b>47,82</b>	<b>49,77</b>	<b>51,07</b>	<b>53,16</b>	<b>54,75</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	46,20	47,82	49,77	51,07	53,16	54,75
-	Servicios de balnearios	46,20	47,82	49,77	51,07	53,16	54,75
<b>=</b>	<b>CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO</b>	<b>103292,50</b>	<b>118943,88</b>	<b>131657,10</b>	<b>146217,64</b>	<b>161949,45</b>	<b>176157,14</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

El consumo intermedio (CI) “se encuentra conformado por todos los bienes y servicios utilizados en el proceso productivo, en donde se consumen, destruyen o incorporan al producto final”<sup>50</sup>.

<sup>50</sup> Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño 1989 – 2000p. Universidad de Nariño. Pasto, 2002. p. 29

**TABLA 17. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
VALOR AGREGADO BRUTO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	38016,16	48149,59	60754,01	76999,61	96970,86	119814,31
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	17733,38	19369,89	19548,46	20272,82	21074,45	21878,00
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	81431,11	94336,62	104385,89	116249,09	129884,27	142374,18
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	2203,50	2274,17	2233,49	2314,86	2814,18	4210,94
<b>9232 – 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	384,19	401,47	430,41	450,24	470,64	491,96
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	4801,58	5094,95	5467,43	5808,71	6179,94	6573,82
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>VALOR AGREGADO BRUTO DEL TURISMO</b>	<b>144569,92</b>	<b>169626,69</b>	<b>192819,69</b>	<b>222095,33</b>	<b>257394,33</b>	<b>295343,21</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 18. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**VALOR AGREGADO BRUTO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

	PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>38016,16</b>	<b>48149,59</b>	<b>60754,01</b>	<b>76999,61</b>	<b>96970,86</b>	<b>119814,31</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	38016,16	48149,59	60754,01	76999,61	96970,86	119814,31
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	34043,39	43878,73	56162,62	72063,69	91664,52	114116,00
-	Residencias de estudiantes	3972,76	4270,86	4591,39	4935,92	5306,33	5698,31
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>17733,38</b>	<b>19369,89</b>	<b>19548,46</b>	<b>20272,82</b>	<b>21074,45</b>	<b>21878,00</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	17733,38	19369,89	19548,46	20272,82	21074,45	21878,00
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>81431,11</b>	<b>94336,62</b>	<b>104385,89</b>	<b>116249,09</b>	<b>129884,27</b>	<b>142374,18</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	42832,50	50991,20	56835,80	63481,73	70567,64	76658,44
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	42832,50	50991,20	56835,80	63481,73	70567,64	76658,44
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	13417,97	13901,25	14563,14	15101,93	15753,17	16415,42
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	13417,97	13901,25	14563,14	15101,93	15753,17	16415,42
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	21574,92	25689,81	29396,38	33863,84	38933,55	44096,28
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	21574,92	25689,81	29396,38	33863,84	38933,55	44096,28
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	3605,71	3754,36	3590,57	3801,60	4629,91	5204,04
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	2259,32	2366,93	2248,49	2382,86	2910,18	3375,56
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	1346,40	1387,43	1342,09	1418,73	1719,72	1828,48
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>2203,50</b>	<b>2274,17</b>	<b>2233,49</b>	<b>2314,86</b>	<b>2814,18</b>	<b>4210,94</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	2203,50	2274,17	2233,49	2314,86	2814,18	4210,94
-	Servicios de agencias de viaje	2203,50	2274,17	2233,49	2314,86	2814,18	4210,94
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>384,19</b>	<b>401,47</b>	<b>430,41</b>	<b>450,24</b>	<b>470,64</b>	<b>491,96</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	384,19	401,47	430,41	450,24	470,64	491,96
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	384,19	401,47	430,41	450,24	470,64	491,96
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>4753,05</b>	<b>5044,26</b>	<b>5414,15</b>	<b>5751,79</b>	<b>6119,59</b>	<b>6508,99</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	4753,05	5044,26	5414,15	5751,79	6119,59	6508,99
-	Servicios relacionados con casinos	4753,05	5044,26	5414,15	5751,79	6119,59	6508,99
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>48,53</b>	<b>50,70</b>	<b>53,28</b>	<b>56,92</b>	<b>60,34</b>	<b>64,83</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	48,53	50,70	53,28	56,92	60,34	64,83
-	Servicios de balnearios	48,53	50,70	53,28	56,92	60,34	64,83
<b>=</b>	<b>VALOR AGREGADO BRUTO DEL TURISMO</b>	<b>144569,92</b>	<b>169626,69</b>	<b>192819,69</b>	<b>222095,33</b>	<b>257394,33</b>	<b>295343,21</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

El Valor Agregado (VA)<sup>51</sup> Se entiende como el nuevo valor creado en el proceso de producción, considera lo que cada unidad o agente aporta a la producción regional, es decir el valor producido menos los bienes y servicios utilizados en su producción. Esto conduce a que el resultado de la actividad económica regional sea igual a la sumatoria de los valores agregados generados en distintos sectores y Subsectores, lo que se conoce con el nombre de P.I.B. (Producto Interno Bruto)<sup>51</sup>.

<sup>51</sup> Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño 1989 – 2000p. Universidad de Nariño. Pasto, 2002. p. 29-30

**TABLA 19. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	10252,63	11212,72	12196,18	13313,97	14377,98	15375,00
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	7783,32	8646,40	9695,13	10862,39	11854,34	13063,32
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	21614,49	24811,83	27915,81	31668,13	35716,51	40035,46
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	790,20	820,32	789,21	825,10	990,93	1134,12
<b>9232 – 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	94,46	98,40	102,06	106,64	110,95	115,69
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	1899,55	2009,87	2127,86	2306,81	2468,44	2673,84
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO</b>	<b>42434,64</b>	<b>47599,54</b>	<b>52826,26</b>	<b>59083,06</b>	<b>65519,15</b>	<b>72397,43</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 20. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

	PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>10252,63</b>	<b>11212,72</b>	<b>12196,18</b>	<b>13313,97</b>	<b>14377,98</b>	<b>15375,00</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	10252,63	11212,72	12196,18	13313,97	14377,98	15375,00
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	10252,63	11212,72	12196,18	13313,97	14377,98	15375,00
-	Residencias de estudiantes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>7783,32</b>	<b>8646,40</b>	<b>9695,13</b>	<b>10862,39</b>	<b>11854,34</b>	<b>13063,32</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	7783,32	8646,40	9695,13	10862,39	11854,34	13063,32
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>21614,49</b>	<b>24811,83</b>	<b>27915,81</b>	<b>31668,13</b>	<b>35716,51</b>	<b>40035,46</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	11820,10	13568,10	15456,59	17688,57	19905,00	22413,20
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	11820,10	13568,10	15456,59	17688,57	19905,00	22413,20
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	1997,63	2087,79	2181,94	2287,52	2389,79	2501,38
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	1997,63	2087,79	2181,94	2287,52	2389,79	2501,38
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	6536,55	7843,86	9020,44	10373,50	11881,87	13385,52
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	6536,55	7843,86	9020,44	10373,50	11881,87	13385,52
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	1260,21	1312,09	1256,84	1318,54	1539,85	1735,37
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	334,99	351,09	333,14	353,29	521,03	661,98
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	925,22	961,00	923,70	965,25	1018,81	1073,39
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>790,20</b>	<b>820,32</b>	<b>789,21</b>	<b>825,10</b>	<b>990,93</b>	<b>1134,12</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	790,20	820,32	789,21	825,10	990,93	1134,12
-	Servicios de agencias de viaje	790,20	820,32	789,21	825,10	990,93	1134,12
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>94,46</b>	<b>98,40</b>	<b>102,06</b>	<b>106,64</b>	<b>110,95</b>	<b>115,69</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	94,46	98,40	102,06	106,64	110,95	115,69
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	94,46	98,40	102,06	106,64	110,95	115,69
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>1873,31</b>	<b>1982,58</b>	<b>2099,32</b>	<b>2276,89</b>	<b>2437,00</b>	<b>2640,72</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	1873,31	1982,58	2099,32	2276,89	2437,00	2640,72
-	Servicios relacionados con casinos	1873,31	1982,58	2099,32	2276,89	2437,00	2640,72
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>26,24</b>	<b>27,29</b>	<b>28,54</b>	<b>29,91</b>	<b>31,44</b>	<b>33,12</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	26,24	27,29	28,54	29,91	31,44	33,12
-	Servicios de balnearios	26,24	27,29	28,54	29,91	31,44	33,12
<b>=</b>	<b>REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO</b>	<b>42434,64</b>	<b>47599,54</b>	<b>52826,26</b>	<b>59083,06</b>	<b>65519,15</b>	<b>72397,43</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

La Remuneración al Trabajo (RW) “Comprende los pagos periódicos y regulares que los empleadores hacen a sus empleados por concepto de servicios personales, aportes patronales a instituciones de seguridad social, a cajas de compensación familiar, cesantías causadas, entre otras”<sup>52</sup>.

<sup>52</sup> Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño 1989 – 2000p. Universidad de Nariño. Pasto, 2002. p. 30

**TABLA 21. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**IMPUESTOS INDIRECTOS DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	781,23	850,69	922,23	982,98	1049,28	1117,68
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	831,98	919,88	1027,54	1123,48	1214,09	1313,68
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	1538,44	1770,38	1981,80	2203,04	2452,58	2741,38
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	68,63	70,91	68,54	71,32	82,27	91,88
<b>9232 – 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	65,80	68,22	70,48	71,87	73,87	76,03
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	350,00	370,65	393,95	411,99	432,49	450,50
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO</b>	<b>3636,06</b>	<b>4050,72</b>	<b>4464,53</b>	<b>4864,68</b>	<b>5304,59</b>	<b>5791,15</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores



**TABLA 22. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**IMPUESTOS INDIRECTOS DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

	PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>781,23</b>	<b>850,69</b>	<b>922,23</b>	<b>982,98</b>	<b>1049,28</b>	<b>1117,68</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	781,23	850,69	922,23	982,98	1049,28	1117,68
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	781,23	850,69	922,23	982,98	1049,28	1117,68
-	Residencias de estudiantes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>831,98</b>	<b>919,88</b>	<b>1027,54</b>	<b>1123,48</b>	<b>1214,09</b>	<b>1313,68</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	831,98	919,88	1027,54	1123,48	1214,09	1313,68
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>1538,44</b>	<b>1770,38</b>	<b>1981,80</b>	<b>2203,04</b>	<b>2452,58</b>	<b>2741,38</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	666,00	760,90	863,51	964,36	1072,17	1182,07
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	666,00	760,90	863,51	964,36	1072,17	1182,07
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	22,27	23,17	24,12	24,68	25,47	26,04
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	22,27	23,17	24,12	24,68	25,47	26,04
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	664,18	793,26	908,79	1019,89	1154,17	1324,54
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	664,18	793,26	908,79	1019,89	1154,17	1324,54
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	185,98	193,05	185,37	194,11	200,77	208,73
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	91,21	95,56	90,62	95,89	130,23	159,22
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	94,77	97,49	94,75	98,22	70,54	49,51
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>68,63</b>	<b>70,91</b>	<b>68,54</b>	<b>71,32</b>	<b>82,27</b>	<b>91,88</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	68,63	70,91	68,54	71,32	82,27	91,88
-	Servicios de agencias de viaje	68,63	70,91	68,54	71,32	82,27	91,88
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>65,80</b>	<b>68,22</b>	<b>70,48</b>	<b>71,87</b>	<b>73,87</b>	<b>76,03</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	65,80	68,22	70,48	71,87	73,87	76,03
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	65,80	68,22	70,48	71,87	73,87	76,03
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>343,21</b>	<b>363,63</b>	<b>386,63</b>	<b>404,51</b>	<b>424,72</b>	<b>442,51</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	343,21	363,63	386,63	404,51	424,72	442,51
-	Servicios relacionados con casinos	343,21	363,63	386,63	404,51	424,72	442,51
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>6,79</b>	<b>7,03</b>	<b>7,32</b>	<b>7,49</b>	<b>7,77</b>	<b>8,00</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	6,79	7,03	7,32	7,49	7,77	8,00
-	Servicios de balnearios	6,79	7,03	7,32	7,49	7,77	8,00
<b>=</b>	<b>IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO</b>	<b>3636,06</b>	<b>4050,72</b>	<b>4464,53</b>	<b>4864,68</b>	<b>5304,59</b>	<b>5791,15</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

Los Impuestos Indirectos<sup>53</sup> son pagos obligatorios que se aplican a los productores por la actividad a la que se dedican. Los impuestos indirectos se consideran como un costo de la producción de las empresas en desarrollo a su actividad corriente, ejemplo de estos son los de consumo, los que se graban a la venta, etc. En esta variable se incluyen las contribuciones al SENA, ICBF, ESAP, etc.”<sup>54</sup>

<sup>53</sup> “Son Impuestos que se pagan sobre la propiedad o uso de las tierras y terrenos, los edificios u otros activos utilizados en la producción, por la mano de obra empleada o por la remuneración pagada a los empleados. Comprende impuestos sobre la contaminación, las licencias comerciales, los impuestos de timbre. En Colombia, se considera en este grupo las contribuciones, sobre la nómina, pagadas al SENA y ICBF, los impuestos de Industria y Comercio, los impuestos de Timbre, Impuestos de Rodamiento”. DANE (1994). Bases de Contabilidad Nacional. Bogotá. Pág. 168.

<sup>54</sup> Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño 1989 – 2000p. Universidad de Nariño. Pasto, 2002. p. 30

**TABLA 23. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	26982,30	36086,17	47635,60	62702,66	81543,60	103321,63
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	9118,08	9803,62	8825,79	8286,95	8006,02	7501,00
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	58278,18	67754,41	74488,28	82377,92	91715,18	99597,34
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	1344,67	1382,94	1375,74	1418,44	1740,98	2984,94
<b>9232 – 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	223,93	234,86	257,87	271,72	285,82	300,25
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	2552,04	2714,43	2945,62	3089,91	3279,00	3449,48
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>98499,21</b>	<b>117976,43</b>	<b>135528,90</b>	<b>158147,60</b>	<b>186570,59</b>	<b>217154,63</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 24. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS

	PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>26982,30</b>	<b>36086,17</b>	<b>47635,60</b>	<b>62702,66</b>	<b>81543,60</b>	<b>103321,63</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	26982,30	36086,17	47635,60	62702,66	81543,60	103321,63
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	23009,54	31815,31	43044,20	57766,74	76237,27	97623,32
-	Residencias de estudiantes	3972,76	4270,86	4591,39	4935,92	5306,33	5698,31
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>9118,08</b>	<b>9803,62</b>	<b>8825,79</b>	<b>8286,95</b>	<b>8006,02</b>	<b>7501,00</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	9118,08	9803,62	8825,79	8286,95	8006,02	7501,00
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>58278,18</b>	<b>67754,41</b>	<b>74488,28</b>	<b>82377,92</b>	<b>91715,18</b>	<b>99597,34</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	30346,40	36662,20	40515,70	44828,80	49590,47	53063,17
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	30346,40	36662,20	40515,70	44828,80	49590,47	53063,17
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	11398,07	11790,29	12357,07	12789,73	13337,91	13888,00
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	11398,07	11790,29	12357,07	12789,73	13337,91	13888,00
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	14374,19	17052,70	19467,15	22470,44	25897,51	29386,22
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	14374,19	17052,70	19467,15	22470,44	25897,51	29386,22
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	2159,53	2249,22	2148,36	2288,94	2889,29	3259,94
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	1833,12	1920,29	1824,72	1933,68	2258,93	2554,36
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	326,40	328,93	323,64	355,27	630,37	705,58
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>1344,67</b>	<b>1382,94</b>	<b>1375,74</b>	<b>1418,44</b>	<b>1740,98</b>	<b>2984,94</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	1344,67	1382,94	1375,74	1418,44	1740,98	2984,94
-	Servicios de agencias de viaje	1344,67	1382,94	1375,74	1418,44	1740,98	2984,94
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>223,93</b>	<b>234,86</b>	<b>257,87</b>	<b>271,72</b>	<b>285,82</b>	<b>300,25</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	223,93	234,86	257,87	271,72	285,82	300,25
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	223,93	234,86	257,87	271,72	285,82	300,25
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>2536,53</b>	<b>2698,05</b>	<b>2928,21</b>	<b>3070,39</b>	<b>3257,87</b>	<b>3425,76</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	2536,53	2698,05	2928,21	3070,39	3257,87	3425,76
-	Servicios relacionados con casinos	2536,53	2698,05	2928,21	3070,39	3257,87	3425,76
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>15,50</b>	<b>16,38</b>	<b>17,41</b>	<b>19,52</b>	<b>21,13</b>	<b>23,72</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	15,50	16,38	17,41	19,52	21,13	23,72
-	Servicios de balnearios	15,50	16,38	17,41	19,52	21,13	23,72
=	<b>EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL TURISMO</b>	<b>98499,21</b>	<b>117976,43</b>	<b>135528,90</b>	<b>158147,60</b>	<b>186570,59</b>	<b>217154,63</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

Por último se debe establecer que el Excedente Bruto de Explotación “Es el margen de utilidad o pérdida bruta de las empresas y es igual a la diferencia entre el valor de la producción bruta durante el periodo contable y la suma de los costos (consumo intermedio, remuneración al trabajo e impuestos indirectos)”<sup>55</sup>.

<sup>55</sup> Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño 1989 – 2000p. Universidad de Nariño. Pasto, 2002. p. 30

### 6.6.1.1. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO

#### - PRESENTACIÓN SIMPLIFICADA -

**TABLA 25. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2001**  
(Millones de Pesos)

#### CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2 Consumo Intermedio	\$ 103.292,50	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 247.862,42</b>
<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 144.569,92</b>		

#### CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1 Remuneración al Trabajo	\$ 42.434,64	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 144.569,92</b>
D.29 Impuestos Indirectos	\$ 3.636,06		
<b>B.2 Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 98.499,21</b>		

Fuente: Esta Investigación

#### DIAGRAMA 1. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2001

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
41,67	58,33		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	17,12	1,47	39,74

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 26. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2002**  
(Millones de Pesos)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
P.2	Consumo Intermedio	\$ 118.943,88	<b>P.1 Producción</b>		<b>\$ 288.570,57</b>
<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 169.626,69</b>			

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
D.1	Remuneración al Trabajo	\$ 47.599,54	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>		<b>\$ 169.626,69</b>
D.29	Impuestos Indirectos	\$ 4.050,72			
<b>B.2</b>	<b>Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 117.976,43</b>			

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 2. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2002**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB

100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
41,22	58,78		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	16,49	1,40	40,88

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 27. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2003**  
(Millones de Pesos)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
P.2	Consumo Intermedio	\$ 131.657,10	<b>P.1 Producción</b>		<b>\$ 324.476,80</b>
<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 192.819,69</b>			

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
D.1	Remuneración al Trabajo	\$ 52.826,26	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>		<b>\$ 192.819,69</b>
D.29	Impuestos Indirectos	\$ 4.464,53			
<b>B.2</b>	<b>Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 135.528,90</b>			

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 3. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2003**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB

100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
40,58	59,42		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	16,28	1,38	41,77

Fuente: Esta Investigación



**TABLA 28. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2004**  
(Millones de Pesos)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
P.2	Consumo Intermedio	\$ 146.217,64	<b>P.1 Producción</b>		<b>\$ 368.312,98</b>
<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 222.095,33</b>			

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
D.1	Remuneración al Trabajo	\$ 59.083,06	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>		<b>\$ 222.095,33</b>
D.29	Impuestos Indirectos	\$ 4.864,68			
<b>B.2</b>	<b>Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 158.147,60</b>			

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 4. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2004**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB

100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
39,70	60,30		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	16,04	1,32	42,94

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 29. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2005**  
(Millones de Pesos)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
P.2	Consumo Intermedio	\$ 161.949,45	<b>P.1 Producción</b>		<b>\$ 419.343,78</b>
<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 257.394,33</b>			

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
D.1	Remuneración al Trabajo	\$ 65.519,15	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>		<b>\$ 257.394,33</b>
D.29	Impuestos Indirectos	\$ 5.304,59			
<b>B.2</b>	<b>Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 186.570,59</b>			

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 5. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2005**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB

100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
38,62	61,38		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	15,62	1,26	44,49

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 30. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2006py**  
(Millones de Pesos)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
P.2	Consumo Intermedio	\$ 176.157,14	<b>P.1</b>	<b>Producción</b>	<b>\$ 471.500,34</b>
<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 295.343,21</b>			

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS		VALORES
D.1	Remuneración al Trabajo	\$ 72.397,43	<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 295.343,21</b>
D.29	Impuestos Indirectos	\$ 5.791,15			
<b>B.2</b>	<b>Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 217.154,63</b>			

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 6. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2006**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB

100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
37,36	62,64		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	15,35	1,23	46,06

Fuente: Esta Investigación

6.6.1.2. CONSOLIDADO CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2001 – 2006py

**TABLA 31. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST)  
DEPARTAMENTO DE NARIÑO  
2001 - 2006py**

MILLONES DE PESOS

VARIABLES		AÑOS					2006py	
		2001	2002	2003	2004	2005		
	<b>P.1</b>	PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO	247862,42	288570,57	324476,80	368312,98	419343,78	471500,34
-	<b>P.2</b>	CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO	103292,50	118943,88	131657,10	146217,64	161949,45	176157,14
=	<b>B.1</b>	<b>VALOR AGREGADO DEL TURISMO</b>	<b>144569,92</b>	<b>169626,69</b>	<b>192819,69</b>	<b>222095,33</b>	<b>257394,33</b>	<b>295343,21</b>
-	<b>D.1</b>	REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO	42434,64	47599,54	52826,26	59083,06	65519,15	72397,43
-	<b>D.29</b>	IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO	3636,06	4050,72	4464,53	4864,68	5304,59	5791,15
=	<b>B.2</b>	<b>EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL TURISMO</b>	<b>98499,21</b>	<b>117976,43</b>	<b>135528,90</b>	<b>158147,60</b>	<b>186570,59</b>	<b>217154,63</b>

Fuente: Esta Investigación

Una vez establecidas las cuentas de producción y generación de ingreso se debe entender el consolidado. No obstante, como este se encuentra a precios corrientes es necesario realizar el análisis a partir de las coberturas representadas en la tabla 32, las cuales determinaran el comportamiento del turismo y de las cuentas que se han venido analizando.

**TABLA 32. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST)  
DEPARTAMENTO DE NARIÑO  
2001 - 2005py**

**COBERTURA PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO (%)**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006py
CONSUMO INTERMEDIO TURISMO / PRODUCCIÓN BRUTA	41,67	41,22	40,58	39,70	38,62	37,36
VALOR AGREGADO DEL TURISMO / PRODUCCIÓN BRUTA	58,33	58,78	59,42	60,30	61,38	62,64

**COBERTURA DEL VALOR AGREGADO DEL TURISMO (%)**

REMUNERACIÓN TRABAJO TURISMO / VALOR AGREGADO TURISMO	29,35	28,06	27,40	26,60	25,45	24,51
IMPUESTOS INDIRECTOS TURISMO / VALOR AGREGADO TURISMO	2,52	2,39	2,32	2,19	2,06	1,96
EBE TURISMO / VALOR AGREGADO TURISMO	68,13	69,55	70,29	71,21	72,48	73,53

Fuente: Esta Investigación

**6.6.2. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO PARA NARIÑO A PRECIOS CONSTANTES DE 1990**

**TABLA 33. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
PRODUCCIÓN BRUTA DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	6060,64	6139,78	6223,18	6318,56	6418,95	6527,17
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	4855,17	4993,76	5213,70	5418,52	5615,57	5853,16
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	19041,37	20124,49	21070,15	22059,52	23162,36	24167,52
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	412,26	396,25	392,65	387,01	387,84	393,53
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	134,18	129,42	124,98	121,14	118,23	116,45
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	1019,54	1000,06	986,78	991,06	994,07	1000,32
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO</b>	<b>31523,15</b>	<b>32783,76</b>	<b>34011,44</b>	<b>35295,81</b>	<b>36697,02</b>	<b>38058,15</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 34. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**PRODUCCIÓN BRUTA DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO		2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>6060,64</b>	<b>6139,78</b>	<b>6223,18</b>	<b>6318,56</b>	<b>6418,95</b>	<b>6527,17</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	6060,64	6139,78	6223,18	6318,56	6418,95	6527,17
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	5561,02	5640,13	5722,87	5807,35	5894,37	5983,30
-	Residencias de estudiantes	499,62	499,65	500,32	511,21	524,58	543,87
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>4855,17</b>	<b>4993,76</b>	<b>5213,70</b>	<b>5418,52</b>	<b>5615,57</b>	<b>5853,16</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	4855,17	4993,76	5213,70	5418,52	5615,57	5853,16
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>19041,37</b>	<b>20124,49</b>	<b>21070,15</b>	<b>22059,52</b>	<b>23162,36</b>	<b>24167,52</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	9068,70	9638,27	10223,32	10852,60	11456,66	12044,00
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	9068,70	9638,27	10223,32	10852,60	11456,66	12044,00
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	3435,52	3311,83	3214,06	3105,13	3038,74	3016,23
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	3435,52	3311,83	3214,06	3105,13	3038,74	3016,23
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	5898,19	6553,19	7016,98	7485,33	8043,13	8469,84
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	5898,19	6553,19	7016,98	7485,33	8043,13	8469,84
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	638,96	621,19	615,78	616,46	623,83	637,45
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	391,60	382,79	380,12	383,24	390,01	399,76
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	247,36	238,40	235,66	233,22	233,82	237,69
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>412,26</b>	<b>396,25</b>	<b>392,65</b>	<b>387,01</b>	<b>387,84</b>	<b>393,53</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	412,26	396,25	392,65	387,01	387,84	393,53
-	Servicios de agencias de viaje	412,26	396,25	392,65	387,01	387,84	393,53
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>134,18</b>	<b>129,42</b>	<b>124,98</b>	<b>121,14</b>	<b>118,23</b>	<b>116,45</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	134,18	129,42	124,98	121,14	118,23	116,45
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	134,18	129,42	124,98	121,14	118,23	116,45
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>1005,95</b>	<b>986,98</b>	<b>974,04</b>	<b>978,67</b>	<b>981,85</b>	<b>988,23</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	1005,95	986,98	974,04	978,67	981,85	988,23
-	Servicios relacionados con casinos	1005,95	986,98	974,04	978,67	981,85	988,23
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>13,59</b>	<b>13,09</b>	<b>12,75</b>	<b>12,39</b>	<b>12,22</b>	<b>12,09</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	13,59	13,09	12,75	12,39	12,22	12,09
-	Servicios de balnearios	13,59	13,09	12,75	12,39	12,22	12,09
<b>=</b>	<b>PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO</b>	<b>31523,15</b>	<b>32783,76</b>	<b>34011,44</b>	<b>35295,81</b>	<b>36697,02</b>	<b>38058,15</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores



**TABLA 35. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
CONSUMO INTERMEDIO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	2262,67	2295,96	2331,05	2367,97	2405,91	2445,57
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	2553,82	2626,72	2742,40	2850,14	2953,79	3078,94
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	10114,91	10757,68	11306,17	11879,28	12512,74	13060,09
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	133,16	127,99	126,83	125,00	125,27	127,03
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	71,65	69,11	66,18	64,15	62,62	62,52
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	248,38	243,49	240,60	241,01	241,43	242,40
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO</b>	<b>15384,59</b>	<b>16120,95</b>	<b>16813,24</b>	<b>17527,55</b>	<b>18301,76</b>	<b>19016,55</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 36. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**CONSUMO INTERMEDIO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO		2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>2262,67</b>	<b>2295,96</b>	<b>2331,05</b>	<b>2367,97</b>	<b>2405,91</b>	<b>2445,57</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	2262,67	2295,96	2331,05	2367,97	2405,91	2445,57
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	2222,70	2255,99	2291,03	2327,07	2363,94	2402,09
-	Residencias de estudiantes	39,97	39,97	40,03	40,90	41,97	43,48
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>2553,82</b>	<b>2626,72</b>	<b>2742,40</b>	<b>2850,14</b>	<b>2953,79</b>	<b>3078,94</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	2553,82	2626,72	2742,40	2850,14	2953,79	3078,94
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>10114,91</b>	<b>10757,68</b>	<b>11306,17</b>	<b>11879,28</b>	<b>12512,74</b>	<b>13060,09</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	4897,10	5204,67	5520,60	5860,40	6186,60	6503,10
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	4897,10	5204,67	5520,60	5860,40	6186,60	6503,10
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	1581,54	1525,99	1481,90	1433,95	1403,79	1374,48
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	1581,54	1525,99	1481,90	1433,95	1403,79	1374,48
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	3544,81	3938,47	4217,21	4498,69	4833,92	5090,80
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	3544,81	3938,47	4217,21	4498,69	4833,92	5090,80
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	91,46	88,56	86,47	86,24	88,43	91,71
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	37,99	37,13	36,87	37,17	39,28	41,71
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	53,47	51,43	49,60	49,07	49,15	50,00
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>133,16</b>	<b>127,99</b>	<b>126,83</b>	<b>125,00</b>	<b>125,27</b>	<b>127,03</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	133,16	127,99	126,83	125,00	125,27	127,03
-	Servicios de agencias de viaje	133,16	127,99	126,83	125,00	125,27	127,03
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>71,65</b>	<b>69,11</b>	<b>66,18</b>	<b>64,15</b>	<b>62,62</b>	<b>62,52</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	71,65	69,11	66,18	64,15	62,62	62,52
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	71,65	69,11	66,18	64,15	62,62	62,52
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>241,66</b>	<b>237,02</b>	<b>234,29</b>	<b>234,88</b>	<b>235,38</b>	<b>236,40</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	241,66	237,02	234,29	234,88	235,38	236,40
-	Servicios relacionados con casinos	241,66	237,02	234,29	234,88	235,38	236,40
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>6,73</b>	<b>6,48</b>	<b>6,31</b>	<b>6,13</b>	<b>6,05</b>	<b>6,00</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	6,73	6,48	6,31	6,13	6,05	6,00
-	Servicios de balnearios	6,73	6,48	6,31	6,13	6,05	6,00
<b>=</b>	<b>CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO</b>	<b>15384,59</b>	<b>16120,95</b>	<b>16813,24</b>	<b>17527,55</b>	<b>18301,76</b>	<b>19016,55</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: la Proyección realizada por los autores

**TABLA 37. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**VALOR AGREGADO BRUTO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	3797,97	3843,82	3892,13	3950,59	4013,04	4081,60
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	2301,35	2367,04	2471,29	2568,38	2661,78	2774,21
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	8926,46	9366,81	9763,98	10180,24	10649,62	11107,43
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	279,10	268,26	265,83	262,01	262,56	266,50
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	62,53	60,31	58,79	56,99	55,62	53,93
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	771,16	756,57	746,18	750,05	752,63	757,92
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>VALOR AGREGADO BRUTO DEL TURISMO</b>	<b>16138,56</b>	<b>16662,81</b>	<b>17198,20</b>	<b>17768,26</b>	<b>18395,26</b>	<b>19041,60</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 38. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**VALOR AGREGADO BRUTO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO		2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>3797,97</b>	<b>3843,82</b>	<b>3892,13</b>	<b>3950,59</b>	<b>4013,04</b>	<b>4081,60</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	3797,97	3843,82	3892,13	3950,59	4013,04	4081,60
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	3338,31	3384,14	3431,84	3480,28	3530,43	3581,22
-	Residencias de estudiantes	459,65	459,68	460,29	470,31	482,61	500,39
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>2301,35</b>	<b>2367,04</b>	<b>2471,29</b>	<b>2568,38</b>	<b>2661,78</b>	<b>2774,21</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	2301,35	2367,04	2471,29	2568,38	2661,78	2774,21
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>8926,46</b>	<b>9366,81</b>	<b>9763,98</b>	<b>10180,24</b>	<b>10649,62</b>	<b>11107,43</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	4171,60	4433,60	4702,73	4992,20	5270,07	5540,90
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	4171,60	4433,60	4702,73	4992,20	5270,07	5540,90
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	1853,98	1785,84	1732,16	1671,18	1634,95	1641,75
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	1853,98	1785,84	1732,16	1671,18	1634,95	1641,75
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	2353,38	2614,72	2799,78	2986,65	3209,21	3379,04
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	2353,38	2614,72	2799,78	2986,65	3209,21	3379,04
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	547,50	532,63	529,31	530,22	535,40	545,74
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	353,62	345,66	343,25	346,06	350,72	358,04
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	193,88	186,97	186,06	184,16	184,67	187,70
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>279,10</b>	<b>268,26</b>	<b>265,83</b>	<b>262,01</b>	<b>262,56</b>	<b>266,50</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	279,10	268,26	265,83	262,01	262,56	266,50
-	Servicios de agencias de viaje	279,10	268,26	265,83	262,01	262,56	266,50
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>62,53</b>	<b>60,31</b>	<b>58,79</b>	<b>56,99</b>	<b>55,62</b>	<b>53,93</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	62,53	60,31	58,79	56,99	55,62	53,93
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	62,53	60,31	58,79	56,99	55,62	53,93
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>764,29</b>	<b>749,96</b>	<b>739,75</b>	<b>743,80</b>	<b>746,46</b>	<b>751,83</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	764,29	749,96	739,75	743,80	746,46	751,83
-	Servicios relacionados con casinos	764,29	749,96	739,75	743,80	746,46	751,83
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>6,86</b>	<b>6,61</b>	<b>6,44</b>	<b>6,26</b>	<b>6,17</b>	<b>6,09</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	6,86	6,61	6,44	6,26	6,17	6,09
-	Servicios de balnearios	6,86	6,61	6,44	6,26	6,17	6,09
<b>=</b>	<b>VALOR AGREGADO BRUTO DEL TURISMO</b>	<b>16138,56</b>	<b>16662,81</b>	<b>17198,20</b>	<b>17768,26</b>	<b>18395,26</b>	<b>19041,60</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 39. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	1470,97	1489,47	1508,49	1527,53	1547,52	1566,67
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	1116,69	1148,56	1199,15	1246,26	1291,58	1316,94
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	3106,66	3301,75	3460,05	3643,98	3846,39	4088,85
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	113,37	108,97	107,98	106,43	106,65	105,96
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	13,55	13,07	12,62	12,24	11,94	11,85
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	272,53	266,99	263,19	264,66	265,68	267,84
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO</b>	<b>6093,77</b>	<b>6328,81</b>	<b>6551,49</b>	<b>6801,10</b>	<b>7069,77</b>	<b>7358,11</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 40. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO		2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>1470,97</b>	<b>1489,47</b>	<b>1508,49</b>	<b>1527,53</b>	<b>1547,52</b>	<b>1566,67</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	1470,97	1489,47	1508,49	1527,53	1547,52	1566,67
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	1470,97	1489,47	1508,49	1527,53	1547,52	1566,67
-	Residencias de estudiantes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>1116,69</b>	<b>1148,56</b>	<b>1199,15</b>	<b>1246,26</b>	<b>1291,58</b>	<b>1316,94</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	1116,69	1148,56	1199,15	1246,26	1291,58	1316,94
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>3106,66</b>	<b>3301,75</b>	<b>3460,05</b>	<b>3643,98</b>	<b>3846,39</b>	<b>4088,85</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	1695,85	1802,36	1911,76	2029,44	2142,40	2261,83
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	1695,85	1802,36	1911,76	2029,44	2142,40	2261,83
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	286,60	277,34	269,88	262,45	257,22	252,63
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	286,60	277,34	269,88	262,45	257,22	252,63
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	937,81	1041,96	1115,70	1190,17	1278,86	1398,59
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	937,81	1041,96	1115,70	1190,17	1278,86	1398,59
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	186,39	180,10	162,71	161,92	167,93	175,80
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	53,65	52,44	52,08	52,50	58,27	63,92
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	132,74	127,66	110,64	109,42	109,66	111,88
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>113,37</b>	<b>108,97</b>	<b>107,98</b>	<b>106,43</b>	<b>106,65</b>	<b>105,96</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	113,37	108,97	107,98	106,43	106,65	105,96
-	Servicios de agencias de viaje	113,37	108,97	107,98	106,43	106,65	105,96
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>13,55</b>	<b>13,07</b>	<b>12,62</b>	<b>12,24</b>	<b>11,94</b>	<b>11,85</b>



1	<i>Representaciones artísticas</i>	13,55	13,07	12,62	12,24	11,94	11,85
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	13,55	13,07	12,62	12,24	11,94	11,85
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>268,77</b>	<b>263,36</b>	<b>259,66</b>	<b>261,23</b>	<b>262,30</b>	<b>264,52</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	268,77	263,36	259,66	261,23	262,30	264,52
-	Servicios relacionados con casinos	268,77	263,36	259,66	261,23	262,30	264,52
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>3,77</b>	<b>3,63</b>	<b>3,53</b>	<b>3,43</b>	<b>3,38</b>	<b>3,32</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	3,77	3,63	3,53	3,43	3,38	3,32
-	Servicios de balnearios	3,77	3,63	3,53	3,43	3,38	3,32
=	<b>REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO</b>	<b>6093,77</b>	<b>6328,81</b>	<b>6551,49</b>	<b>6801,10</b>	<b>7069,77</b>	<b>7358,11</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 41. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**IMPUESTOS INDIRECTOS DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	159,56	161,64	163,78	165,93	168,18	170,41
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	169,93	174,78	182,48	189,65	196,54	200,70
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	313,61	335,83	347,92	368,03	391,62	421,93
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	14,02	13,47	13,35	13,16	13,19	13,35
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	13,42	12,94	12,50	12,11	11,82	11,66
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	71,49	70,43	69,96	69,55	69,32	68,99
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO</b>	<b>742,03</b>	<b>769,09</b>	<b>789,99</b>	<b>818,43</b>	<b>850,68</b>	<b>887,03</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 42. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py**  
**IMPUESTOS INDIRECTOS DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO		2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>159,56</b>	<b>161,64</b>	<b>163,78</b>	<b>165,93</b>	<b>168,18</b>	<b>170,41</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	159,56	161,64	163,78	165,93	168,18	170,41
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	159,56	161,64	163,78	165,93	168,18	170,41
-	Residencias de estudiantes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>169,93</b>	<b>174,78</b>	<b>182,48</b>	<b>189,65</b>	<b>196,54</b>	<b>200,70</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	169,93	174,78	182,48	189,65	196,54	200,70
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>313,61</b>	<b>335,83</b>	<b>347,92</b>	<b>368,03</b>	<b>391,62</b>	<b>421,93</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	136,03	144,57	153,35	162,79	171,85	181,50
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	136,03	144,57	153,35	162,79	171,85	181,50
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	4,55	4,40	4,28	4,17	4,08	4,00
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	4,55	4,40	4,28	4,17	4,08	4,00
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	135,66	150,72	161,39	172,16	184,99	203,60
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	135,66	150,72	161,39	172,16	184,99	203,60
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	37,37	36,13	28,90	28,91	30,70	32,83
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	18,01	17,61	17,49	17,63	19,39	21,13
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	19,36	18,52	11,41	11,28	11,31	11,69
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>14,02</b>	<b>13,47</b>	<b>13,35</b>	<b>13,16</b>	<b>13,19</b>	<b>13,35</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	14,02	13,47	13,35	13,16	13,19	13,35
-	Servicios de agencias de viaje	14,02	13,47	13,35	13,16	13,19	13,35
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>13,42</b>	<b>12,94</b>	<b>12,50</b>	<b>12,11</b>	<b>11,82</b>	<b>11,66</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	13,42	12,94	12,50	12,11	11,82	11,66
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	13,42	12,94	12,50	12,11	11,82	11,66
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>70,10</b>	<b>69,09</b>	<b>68,66</b>	<b>68,28</b>	<b>68,07</b>	<b>67,78</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	70,10	69,09	68,66	68,28	68,07	67,78
-	Servicios relacionados con casinos	70,10	69,09	68,66	68,28	68,07	67,78
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>1,39</b>	<b>1,34</b>	<b>1,30</b>	<b>1,26</b>	<b>1,25</b>	<b>1,21</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	1,39	1,34	1,30	1,26	1,25	1,21
-	Servicios de balnearios	1,39	1,34	1,30	1,26	1,25	1,21
<b>=</b>	<b>IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO</b>	<b>742,03</b>	<b>769,09</b>	<b>789,99</b>	<b>818,43</b>	<b>850,68</b>	<b>887,03</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 43. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

CIU REV. 3	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>5510</b>	HOTELES Y SIMILARES	2167,44	2192,71	2219,86	2257,12	2297,34	2344,53
<b>5520</b>	RESTAURANTES Y SIMILARES	1014,73	1043,70	1089,66	1132,47	1173,65	1256,57
<b>Parte de 6021 y 6022</b>	SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	5506,19	5729,22	5956,00	6168,23	6411,60	6596,65
<b>Parte de 6110 y 6120</b>							
<b>Parte de 6210 y 6220</b>							
<b>Parte de 6303</b>							
<b>6304</b>	AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES	151,71	145,82	144,50	142,42	142,72	147,20
<b>9232 - 9233</b>	SERVICIOS CULTURALES	35,56	34,30	33,67	32,64	31,85	30,43
<b>Parte de 9214</b>	SERVICIOS DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	427,14	419,16	413,04	415,84	417,63	421,09
<b>Parte de 9241</b>							
<b>Parte de 9219</b>							
<b>Parte de 9249</b>							
	<b>EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>9302,77</b>	<b>9564,91</b>	<b>9856,73</b>	<b>10148,73</b>	<b>10474,81</b>	<b>10796,46</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

**TABLA 44. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST) DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, 2001 - 2006py  
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL SECTOR TURISMO**

MILLONES DE PESOS DE 1990

PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO		2001	2002	2003	2004	2005p	2006py
<b>A.</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>2167,44</b>	<b>2192,71</b>	<b>2219,86</b>	<b>2257,12</b>	<b>2297,34</b>	<b>2344,53</b>
1	<i>Hoteles y otros servicios de alojamiento</i>	2167,44	2192,71	2219,86	2257,12	2297,34	2344,53
-	Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	1707,78	1733,03	1759,57	1786,81	1814,73	1844,14
-	Residencias de estudiantes	459,65	459,68	460,29	470,31	482,61	500,39
<b>B.</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>1014,73</b>	<b>1043,70</b>	<b>1089,66</b>	<b>1132,47</b>	<b>1173,65</b>	<b>1256,57</b>
-	Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	1014,73	1043,70	1089,66	1132,47	1173,65	1256,57
<b>C.</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>5506,19</b>	<b>5729,22</b>	<b>5956,00</b>	<b>6168,23</b>	<b>6411,60</b>	<b>6596,65</b>
1	<i>Servicios de transporte por carretera</i>	2339,73	2486,67	2637,62	2799,97	2955,82	3097,57
-	Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	2339,73	2486,67	2637,62	2799,97	2955,82	3097,57
2	<i>Servicios de transporte marítimo</i>	1562,82	1504,11	1458,00	1404,56	1373,65	1385,12
-	Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	1562,82	1504,11	1458,00	1404,56	1373,65	1385,12
3	<i>Servicios de transporte aéreo</i>	1279,91	1422,04	1522,69	1624,32	1745,36	1776,85
-	Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	1279,91	1422,04	1522,69	1624,32	1745,36	1776,85
4	<i>Servicios conexos al transporte de pasajeros</i>	323,74	316,40	337,70	339,38	336,77	337,11
-	Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	281,95	275,61	273,69	275,93	273,06	272,99
-	Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	41,78	40,79	64,01	63,45	63,71	64,12
<b>D.</b>	<b>Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>151,71</b>	<b>145,82</b>	<b>144,50</b>	<b>142,42</b>	<b>142,72</b>	<b>147,20</b>
1	<i>Servicios de las agencias de viajes</i>	151,71	145,82	144,50	142,42	142,72	147,20
-	Servicios de agencias de viaje	151,71	145,82	144,50	142,42	142,72	147,20
<b>E.</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>35,56</b>	<b>34,30</b>	<b>33,67</b>	<b>32,64</b>	<b>31,85</b>	<b>30,43</b>

1	<i>Representaciones artísticas</i>	35,56	34,30	33,67	32,64	31,85	30,43
-	Servicios de explotación de salas de espectáculos	35,56	34,30	33,67	32,64	31,85	30,43
<b>F.</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b>	<b>425,42</b>	<b>417,51</b>	<b>411,43</b>	<b>414,28</b>	<b>416,09</b>	<b>419,53</b>
1	<i>Otros servicios de esparcimiento y recreo</i>	425,42	417,51	411,43	414,28	416,09	419,53
-	Servicios relacionados con casinos	425,42	417,51	411,43	414,28	416,09	419,53
<b>G.</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>1,71</b>	<b>1,65</b>	<b>1,61</b>	<b>1,56</b>	<b>1,54</b>	<b>1,56</b>
1	<i>Otros servicios turísticos</i>	1,71	1,65	1,61	1,56	1,54	1,56
-	Servicios de balnearios	1,71	1,65	1,61	1,56	1,54	1,56
=	<b>EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL TURISMO</b>	<b>9302,77</b>	<b>9564,91</b>	<b>9856,73</b>	<b>10148,73</b>	<b>10474,81</b>	<b>10796,46</b>

Fuente: NARIÑO. CEDRE. Cálculo de los autores.

p: Información provisional

py: Información proyectada

nota: Proyección realizada por los autores

6.6.2.1. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO

– PRESENTACIÓN SIMPLIFICADA –

TABLA 45. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2001  
(Millones de Pesos de 1990)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2 Consumo Intermedio	\$ 15.384,59	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 31.523,15</b>
<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 16.138,56</b>		

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1 Remuneración al Trabajo	\$ 6.093,77	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 16.138,56</b>
D.29 Impuestos Indirectos	\$ 742,03		
<b>B.2 Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 9.302,77</b>		

Fuente: Esta Investigación

DIAGRAMA 7. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2001

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
48,80	51,20		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	19,33	2,35	29,51

Fuente: Esta Investigación



**TABLA 46. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2002**  
(Millones de Pesos de 1990)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2 Consumo Intermedio	\$ 16.120,95	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 32.783,76</b>
<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 16.662,81</b>		

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1 Remuneración al Trabajo	\$ 6.328,81	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 16.662,81</b>
D.29 Impuestos Indirectos	\$ 769,09		
<b>B.2 Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 9.564,91</b>		

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 8. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2002**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
49,17	50,83		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	19,30	2,35	29,18

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 47. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2003**  
(Millones de Pesos de 1990)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2 Consumo Intermedio	\$ 16.813,24	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 34.011,44</b>
<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 17.198,20</b>		

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1 Remuneración al Trabajo	\$ 6.551,49	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 17.198,20</b>
D.29 Impuestos Indirectos	\$ 789,99		
<b>B.2 Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 9.856,73</b>		

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 9. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2003**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
49,43	50,57		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	19,26	2,32	28,98

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 48. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2004**  
(Millones de Pesos de 1990)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2 Consumo Intermedio	\$ 17.527,55	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 35.295,81</b>
<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 17.768,26</b>		

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1 Remuneración al Trabajo	\$ 6.801,10	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 17.768,26</b>
D.29 Impuestos Indirectos	\$ 818,43		
<b>B.2 Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 10.148,73</b>		

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 10. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2004**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
49,66	50,34		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	19,27	2,32	28,75

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 49. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2005**  
(Millones de Pesos de 1990)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2 Consumo Intermedio	\$ 18.301,76	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 36.697,02</b>
<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 18.395,26</b>		

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS	VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1 Remuneración al Trabajo	\$ 7.069,77	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 18.395,26</b>
D.29 Impuestos Indirectos	\$ 850,68		
<b>B.2 Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 10.474,81</b>		

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 11. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2005**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
49,87	50,13		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	19,27	2,32	28,54

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 50. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2006py**  
(Millones de Pesos de 1990)

CUENTA DE PRODUCCIÓN

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS	VALORES
P.2	Consumo Intermedio	\$ 19.016,55	<b>P.1 Producción</b>	<b>\$ 38.058,15</b>
<b>B.1</b>	<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 19.041,60</b>		

CUENTA DE GENERACIÓN DE INGRESO

EMPLEOS		VALORES	RECURSOS	VALORES
D.1	Remuneración al Trabajo	\$ 7.358,11	<b>B.1 Valor Agregado Bruto</b>	<b>\$ 19.041,60</b>
D.29	Impuestos Indirectos	\$ 887,03		
<b>B.2</b>	<b>Excedente de Explotación</b>	<b>\$ 10.796,46</b>		

Fuente: Esta Investigación

**DIAGRAMA 12. NARIÑO. CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO - PARTICIPACIÓN 2006py**

PRODUCCIÓN BRUTA. PB			
100,00			
CONSUMO INTERMEDIO. II	VALOR AGREGADO. VA = (PB - CI)		
49,97	50,03		
	REMUNERACIÓN AL TRABAJO. RT	IMPUESTOS INDIRECTOS. II	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN. EBE=(VA-RT-II)
	19,33	2,33	28,37

Fuente: Esta Investigación

6.6.2.2. CONSOLIDADO CUENTA DE PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE INGRESO, 2001 – 2006py

**TABLA 51. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST)  
DEPARTAMENTO DE NARIÑO  
2001 - 2006py**

MILLONES DE PESOS

VARIABLES		AÑOS					2006py
		2001	2002	2003	2004	2005	
	<b>P.1</b> PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO	31523,15	32783,76	34011,44	35295,81	36697,02	38058,15
-	<b>P.2</b> CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO	15384,59	16120,95	16813,24	17527,55	18301,76	19016,55
=	<b>B.1 VALOR AGREGADO DEL TURISMO</b>	<b>16138,56</b>	<b>16662,81</b>	<b>17198,20</b>	<b>17768,26</b>	<b>18395,26</b>	<b>19041,60</b>
-	<b>D.1</b> REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO	6093,77	6328,81	6551,49	6801,10	7069,77	7358,11
-	<b>D.29</b> IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO	742,03	769,09	789,99	818,43	850,68	887,03
=	<b>B.2 EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL TURISMO</b>	<b>9302,77</b>	<b>9564,91</b>	<b>9856,73</b>	<b>10148,73</b>	<b>10474,81</b>	<b>10796,46</b>

Fuente: Esta Investigación

**TABLA 52. CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO (CST)  
DEPARTAMENTO DE NARIÑO  
2001 - 2006py**

**COBERTURA PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO (%)**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006py
CONSUMO INTERMEDIO TURISMO / PRODUCCIÓN BRUTA	48,80	49,17	49,43	49,66	49,87	49,97
VALOR AGREGADO DEL TURISMO / PRODUCCIÓN BRUTA	51,20	50,83	50,57	50,34	50,13	50,03

**COBERTURA DEL VALOR AGREGADO DEL TURISMO (%)**

REMUNERACIÓN TRABAJO TURISMO / VALOR AGREGADO TURISMO	37,76	37,98	38,09	38,28	38,43	38,64
IMPUESTOS INDIRECTOS TURISMO / VALOR AGREGADO TURISMO	4,60	4,62	4,59	4,61	4,62	4,66
EBE TURISMO / VALOR AGREGADO TURISMO	57,64	57,40	57,31	57,12	56,94	56,70

Fuente: Esta Investigación

## **Interpretación de resultados a Precios Constantes:**

Las tablas 33 y 34 demuestran que entre el año 2001 y 2006, la Producción Bruta del Sector Turístico presenta un crecimiento en términos absolutos, al pasar de \$31.523,15 millones en el 2001 a \$38.058,15 en el 2006; no obstante, el crecimiento de este sector ha perdido dinamismo al pasar de 4% entre el año 2001 – 2002 a 3,71% entre el año 2005 – 2006, este resultado es el reflejo de la disminución de la producción de los productos de servicio de transporte marítimo, servicios conexos al transporte de pasajeros, de igual manera los productos de servicios culturales también han perdido dinamismo en los últimos años. La Producción Bruta del Sector Turismo tiene como principal fuente de ingresos los servicios de transporte de pasajeros que representan más del 60% del total de la producción bruta, a esta actividades le sigue en importancia el servicios de Hoteles y Similares que ha contribuido con el 18% interanual entre el periodo analizado; el sector Restaurantes y Similares tiene una participación continua entre el año 2001 y 2006 de 15,3%. Cabe establecer que las actividades que menos contribuyen con la producción de este sector son las de agencias de viajes y los servicios culturales que tienen un crecimiento negativo y además contribuyen con el 1,1% y 0,35% promedio anual entre 2001 y 2006, respectivamente.

Por su parte, el Consumo Intermedio del Sector Turístico cuyas estadísticas están consignadas en las tablas 35 y 36, ha presentado durante el periodo de análisis un bajo dinamismo en el crecimiento al pasar de un 4,79% entre el año 2001 – 2002 a 3,91 entre 2005 – 2006; no obstante, la participación dentro de la Producción Bruta turística, ha crecido al pasar de 48,8% en el 2001 a 49,9% en el 2006 (Tabla 52). Durante este periodo la actividad que generó mayor consumo intermedio es el Transporte de Pasajeros debido a que por sí sola contribuyó con el 65,7% del total del consumo intermedio en el 2001 y pasó al 2006 a contribuir el 68,6%, este resultado se debe básicamente al incremento de la empresas de transporte que implícitamente llevan a un mayor Consumo de Combustible. Por su parte, la actividad que menos consume de otras ramas de la economía y que se encuentra dentro del Turismo es la de Servicios Culturales, la cual ha disminuido su consumo al pasar al 0,33% en el 2006, cuando en el 2001 consumía 0,47%. Cabe resaltar que los productos turísticos que más consumo intermedio presentan son: los Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera, este producto perteneciente a la Actividad de Transporte de Pasajeros y tuvo un consumo intermedio del 31,8% en el 2001, incrementado su participación en el 2006 al 34,2%, a este producto le sigue en importancia dentro del Consumo Intermedio el de Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular, al pasar del 23,0% en el 2001 a 26,7% en el 2006. Los productos de Servicios de alojamiento en hoteles y moteles; y de Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante tiene una buena participación dentro del consumo intermedio, no obstante, ésta ha disminuido entre el periodo analizado al pasar de 14,4% y 16,5% en el 2001 a 12,6% y 16,1% en el 2006,



respectivamente. Los productos que menos consumo intermedio presentan durante los años de análisis son: El Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros el cual necesitó en promedio anual de \$38,5 millones para su funcionamiento correspondiente al 0,22% del total del consumo; y el Producto de servicio de Balnearios el cual necesitó en promedio cada año de \$6.28 millones de pesos para su funcionamiento, correspondiente a una participación en el total del consumo de 0,03%.

Por su parte las tablas 37 y 38 permiten analizar el desarrollo del PIB turístico, dejando percibir como el turismo ha tenido una buena dinámica en el crecimiento económico durante los años de análisis, en el año 2001 el PIB turístico represento \$16.138,5 millones de pesos y se incrementó en el año 2006 a \$19.041,6 millones de pesos, es decir, durante estos 6 años el valor agregado del turismo creció en 17,9% y además paso de tener un crecimiento de 3,25% entre 2001 – 2002 a 3,51% entre 2005 – 2006. La participación del PIB turístico dentro de la Producción Bruta del Sector es decreciente al pasar de 51.2% en el 2001 a 50.0% en el 2006, resultado que se deriva de la mayor participación del Consumo Intermedio sobre la Producción Bruta. (Tabla 52). Las actividades que más contribuyen al PIB turístico son, en primer lugar la de Servicios de Transporte de pasajeros, la cual tiene una contribución promedio anual de 56,9% en el PIB turístico. Por su parte la actividad que menos contribuye a la generación del PIB turístico es la de Servicios Culturales, la cual paso de contribuir el 0,39% en el 2001 al 0,28% en el 2006. Por su parte, los productos que generan mayor aporte al valor agregado del sector turismo son, en primer lugar los Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera, el cual durante los años 2001 y 2006 contribuyó al PIB turístico con el 27,6% promedio anual, en segundo lugar se encuentra la contribución que realizan los Servicios de alojamiento en hoteles y moteles que fue de 19,75% promedio anual. Los Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular y provisión de comida con servicios completos de restaurante, han tenido un desarrollo en el periodo de análisis y por lo tanto son la tercera y cuarta fuente de ingresos del PIB turístico. Evidentemente el producto que menos contribuye al desarrollo del Valor Agregado Turístico es el de Servicios de balnearios, el cual ha mantenido su participación en el PIB durante los años 2001 – 2006 en 0,03%.

Las tablas 39 y 40 revelan que la Remuneración al Trabajo del sector Turismo ha mantenido su crecimiento el cual fue de 3.86% entre 2001 y 2002 a 4,08% entre 2005 – 2006; pasando de esta manera de \$6.093,77 millones de pesos en el 2001 a \$7.358,11 millones de pesos en el 2006. Cabe destacar que durante este periodo la participación de esta cuenta dentro del PIB turístico se incrementó al pasar de 37,76% en el 2001 a 38,64% en el 2006 (Tabla 52), dejando percibir el incremento en el número de empleos creados por esta Industria. Se puede establecer que la Actividad que mayor aporte hace a la Remuneración al Trabajo del Sector Turismo es la de Servicio de transporte de pasajeros; ésta actividad ha incrementado su contribución al pasar de 50,9% en el 2001 a 55,57% en el 2006.

Los productos de mayor contribución a la Remuneración al Trabajo de este sector son: Los Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera y Los Servicios de alojamiento en hoteles y moteles, que tienen un crecimiento positivo en términos absolutos, contribuyen con el 29,39% y 22,72% promedio anual, respectivamente. La Actividad de menor aporte a la Remuneración al Trabajo del Sector Turístico es la de servicios culturales debido a que mantiene una participación promedio entre los años de análisis de 0,18%. El Producto que menos aporte le hace a la remuneración al trabajo, es el de Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes, debido a que este producto lo realizan las familias de barrios aledaños a las Universidades; estas familias no contratan personas para los oficios generales y por esta razón, su contribución es de cero pesos.

La actividad más importante del Turismo dentro del pago de impuestos es la de Servicio de Transporte de Pasajeros, esta actividad pagó en el año 2001 cerca de \$313,6 millones de pesos de los \$742 millones de pesos del total de los impuestos que paga el sector Turismo, es decir, en ese año contribuyó con cerca del 42,2% del Total de los Impuestos Turísticos. Sin embargo, esta participación se ha incrementado y por eso en el año 2006 fue de \$421,9 millones de pesos de los \$887 millones recaudados por concepto de actividades Turísticas, este valor tiene un peso de 47,5 puntos porcentuales sobre el total de impuestos Turísticos. Al igual que la contribución de la remuneración al trabajo sobre el PIB turístico, los impuestos indirectos han incrementado su participación sobre el valor Agregado, llegando de esta manera a generar 4,66% en el 2006, cuando en el 2001 generó 4,6%; y aunque el crecimiento no es demasiado se demuestra un incremento en el número de empresas en este sector que han generado mayores ingresos para el gobierno regional (Tabla 52). Al igual que en las otras cuentas, la Actividad de Servicios Culturales es la de menor dinamismo y contribución al recaudo de impuestos debido a que su contribución promedio anual durante el periodo analizado fue de 1,54%. Los productos Turísticos que más contribuyeron con el recaudo de impuestos fueron: Los Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante y Los Servicios de alojamiento en hoteles y moteles, estos productos tuvieron una participación promedio anual de 22,9% y 20,4% respectivamente entre los años 2001 – 2006, durante este mismo periodo los productos de Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera tuvieron un crecimiento al pasar de contribuir un 18,3% en el total de los impuestos en el 2001 a aportar 20,46% en el 2006. Cabe establecer aquí, que el producto que menor contribución realizó con los impuestos fue el de Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes debido a que este producto contribuyó con cero pesos, este resultado se deriva de que muchas residencias de estudiantes no están registradas ante Cámara de Comercio convirtiéndose de esta manera en una forma de supervivencia para la población. (Tablas 41 y 42)

Finalmente las tablas 43 y 44 explicaran la dinámica del excedente bruto de explotación, el cual han perdido peso dentro de la cobertura del valor agregado del sector Turismo (Tabla 52), al pasar de 57,64% en el 2001 a 56,7% en el 2006, no obstante, este resultado deja percibir la cuantía de las ganancias de esta industria para los inversionistas. La Actividad de mayor importancia durante el periodo analizado fue la de Servicios de Transporte de Pasajeros, la cual paso de tener excedentes de 59,19% en el 2001 a 61,1% en el 2006 del total de la utilidad Turística. La Actividad que registró menores excedentes durante este periodo y presentó una caída en sus utilidades con respecto a las utilidades totales fue la de Servicios Culturales, la cual pasó de percibir 0,38% de las utilidades totales del turismo en el 2001 a recibir 0,28% en el 2006. Dentro de los Productos Turísticos se destaca las ganancias de los Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera que tuvieron un promedio en el periodo analizado de 27,1%, los Servicios de alojamiento, fueron el segundo producto de importancia al percibir un 17,2% durante el mismo periodo. Los productos de Servicios de balnearios son los que menos excedentes perciben del total de las ganancias Turísticas, durante el periodo 2001 – 2006 sus utilidades se mantuvieron estables en cerca al 0,01%.

Cabe en este momento realizar una aclaración de tipo metodológico en cuanto a los indicadores de las tablas 32 y 52, en donde la primera se refiere a la cobertura de la producción bruta del Turismo y la Cobertura del Valor Agregado del Turismo (PIB) a precios corrientes y la segunda se refiere a la cobertura de la producción bruta del Turismo y la Cobertura del Valor Agregado del Turismo (PIB) a precios constantes.

Si bien estas dos tablas demuestran las mismas coberturas y en donde la única variación deriva de los precios en las cuales son comparadas, al analizarlas se puede observar grandes disparidades en los crecimientos y aportes, dando de esta manera pie a recordar un concepto importante dentro de la economía que es la importancia de expresar todas las unidades a precios contantes, ya que el indicador expresado a precios corrientes es deficiente y por lo tanto todas las variables expresadas en estos precios se tornaran ineficiente para medir los valores de forma relativa como absoluta.

Se debe recordar que los valores a precios corrientes son también llamados a precios nominales o precios de mercado. Mientras que los precios constantes son llamados precios reales, o precios expresado en bienes, precios ajustados por la inflación, o precios en unidades monetarias de t (año base). Esta diferencia en el nombre radica básicamente en que el análisis a precios nominales solo determina la variación de cantidades porque el precio será el mismo que se tomo de un año base, esto provocara que se eliminen todas aquellas distorsiones que del IPC se deriven; mientras que todas los análisis a precios corrientes involucrara tanto las variaciones de cantidades y la variación de los precios, dado que estos dos valores por lo general tienden a aumentar en todos los bienes y en algunos casos no es controlable, el resultado será un incremento mucho mayor de las materias

primas dando como resultado grandes imperfecciones en el análisis de información, esta es la razón por la cual al comparar una variable tomada tanto a precios constantes y a corrientes, los resultados será un crecimiento exponencial de la variable a precios corrientes.

En este sentido, si bien en la cobertura del consumo intermedio sobre la producción Bruta del Turismo a Precios corrientes está disminuyendo, esto solo es el reflejo de la disminución en el nivel de precios derivado de las metas inflacionarias dejando entre ver la ineficiencia de los indicadores a precios de mercado. Por otro lado la cobertura del consumo intermedio sobre la producción Bruta del Turismo a Precios constantes permite observar que la mayor demanda de bienes intermedios está incrementando al pasar de 48,8% en el 2001 a 49,97% en el 2006. Esto deja como resultado un menor porcentaje de valor agregado del total de la producción Bruta, pero que siempre supera el 50%. Cabe establecer que los factores productivos de Familias, Gobierno durante el periodo de análisis han incrementado su participación sobre el valor agregado y esto ha ocasionado que las ganancias de los empresarios, en términos relativos, se reduzcan. Este mismo resultado es palpable en los diagramas del 7 hasta el 12.

## 7.IMPACTO DEL PIB TURÍSTICO SOBRE EL PIB REGIONAL

*“El mejor proceso de desarrollo será aquel que permita elevar más la calidad de vida de las personas... la calidad de vida penderá de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales”.*

**Mapfre Max-Neef**



Fuente: Foto Archivo NUEVA YORK - PARIS - IPIALES /ipitimes.com®  
/Nueva York, EEUU. ©2006

En la actualidad, Nariño está pasando por una etapa de diversificación de productos y servicios ofrecidos con el fin de incrementar su precaria participación en el PIB Nacional y también con el fin de incrementar sus ingresos corrientes. Este proceso de reconversión revela claramente dos características esenciales de Nariño; la primera se refiere a la deficiencia de la estructura económica del Departamento, y la segunda que se deriva de la primera, es que la ineficiencia de la economía Nariñense ha conllevado al Gobierno Departamental a pensar en procesos innovadores de desarrollo para afrontar las tendencias globalizantes del mercado mundial y de esta manera ser competitivos; es por eso que se plantea el Plan de Desarrollo “Visión 2030” y el Plan de Desarrollo Turístico de Nariño.

El estudio del Producto Interno Bruto de Nariño ha dado como resultado que el Departamento tenga 6 sectores que contribuyen a la mayor parte del PIB regional (Tabla 53), por eso el lector puede observar como el rubro del Sector Agrícola es el que mayor peso tiene dentro del valor agregado, que a pesar de registrar una caída en la contribución al PIB entre los 2001 - 2003 al pasar de 24.7% a 24.4% en su contribución, en el año 2005 se recupera y pasa a contribuir el 27,3% como resultado del mayor crecimiento en el valor Agregado de productos como el Banano, Coco, Cebolla Junca, Caña Panelera, Palma Africana, Trigo y Café, A este rubro le sigue en importancia el Sector de Gobierno, el cual también presentó una caída muy importante en la contribución al PIB, al pasar de 14,8% en el 2001 a 12,0% en el 2005; este resultado es derivado de la fuerte caída del monto total de la Remuneración al trabajo en la Administración Pública Municipal, Administraciones de seguridad social, y salud de no mercado entre los años 2001 a 2003, para el año 2005 la dinámica de este sector se recupera.

**TABLA 53. CONTRIBUCIÓN AL PIB DEPARTAMENTAL (%) – PRINCIPALES RAMAS**

SECTOR	2001		2003		2005p	
Agrícola	24,7	32,7	24,4	32,4	27,3	34,7
Pecuario	8,0		8,0		7,4	
Gobierno	14,8	29,4	11,4	26,6	12,0	26,6
Comercio	14,6		15,2		14,6	
Transporte	6,0	6,0	6,1	6,1	5,5	5,5
Industria	6,1	6,1	6,7	6,7	6,0	6,0
<b>TOTAL</b>	<b>74,2</b>	<b>74,2</b>	<b>71,8</b>	<b>71,8</b>	<b>72,8</b>	<b>72,8</b>

Fuente: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, CEDRE, Cuentas Económicas de Nariño, Cálculo de los Autores.  
p: Información Provisional

Por su parte el sector comercio, el cual para el periodo 2003 – 2005 se convierte en la segunda actividad más importante dentro del PIB regional debido en primera

instancia a la caída del PIB del sector gobierno, seguido del incremento en la creación de establecimientos comerciales contribuyo al PIB en el año 2005 con el 14.6%.

Entre tanto los sectores Pecuario, Transporte e Industria, en términos absolutos no han tenido disminución en su valor agregado, sin embargo, su importancia relativa ha disminuido a raíz de la aparición de nuevas actividades, como lo es la de comunicaciones la cual ha incrementado su importancia relativa dentro del PIB de 1,5% en el 2001 a 6,8% en el 2004, decreciendo su participación a 2,6% en el año 2005.

Esta situación se ha reflejado en la contribución porcentual por grandes sectores, es decir, se puede observar como el sector primario incrementa su contribución al PIB Departamental de 37,5% en el 2001 a 39,5% en el 2005. En el caso del Sector Secundario que para muchos países, incluido Colombia, es el llamado a ser el Sector Líder en Nariño se ha convertido en un sector más, debido principalmente a su bajo crecimiento derivado por el bajo desarrollo de la Industria que pasó de contribuir al PIB en el año 2001 el 6,1% a 6,0% en el 2005, sumado a esto la baja contribución al Valor Agregado del Sector construcción que pasó de 2,2% en el 2001 a 2,3% en el 2005. En cuanto al sector terciario es evidente su importancia relativa dentro del Valor Agregado Regional al generar durante el periodo de análisis más del 50% del total; este resultado se deriva de la mayor participación generada por los sectores comercio, gobierno, pero también a la expansión del sector financiero y comunicaciones. (Tabla 54)

**TABLA 54. CONTRIBUCIÓN AL PIB DEPARTAMENTAL – SECTORES**

CONCEPTO / AÑO	2001	2003	2005
<b>1. SECTOR PRIMARIO</b>	37,5	37,4	39,5
<b>2. SECTOR SECUNDARIO</b>	7,5	7,5	7,6
<b>3. SECTOR TERCIARIO</b>	54,5	54,6	52,4
<b>Menos: Servicios Bancarios Imputados</b>	2,9	2,9	2,9
<b>Subtotal Valor Agregado</b>	96,6	96,6	96,5
<b>Más: Derechos e Impuestos sobre Importaciones</b>	3,4	3,4	3,5
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)</b>	100,0	100,0	100,0

Fuente: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas CEDRE.  
Cuentas Económicas de Nariño.  
p: Información Provisional

Esta situación ha generado que muchas investigaciones ahonden en la búsqueda de una alternativa que permita el desarrollo de la Región, bajo este entorno la Gobernación de Nariño planeo el desarrollo de Cadenas Productivas, las cuales,

muy a pesar de que tienen un objetivo loable de desarrollo tienen grandes debilidades para su desarrollo.

## 7.1. CADENAS PRODUCTIVAS EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

Las cadenas que actualmente se plantean básicamente siguen con los mismos principios obsoletos de crecimiento económico que han mantenido la Región durante muchos años, es decir, buscan en el sector primario una alternativa de desarrollo aun a sabiendas de la situación real del Departamento, la cual se resume en la ineficiencia productiva y el minifundio así como lo describen los Economistas Jesús Martínez y Julián Sabogal cuando establecen: “La producción agropecuaria de Nariño es eminentemente tradicional y atrasada y se orienta a la producción de bienes de consumo básico del campesino y su familia y los escasos excedentes los destina al intercambio con el propósito de adquirir otros bienes de consumo. Una condición fundamental para la baja productividad del sector agropecuario es la tenencia de la tierra y sus formas latifundistas. En 1994, sobre una tenencia de 234.703 predios el 87% corresponden a microfundíos, de los cuales, con extensión de 1 – 3 has., representan el 70,3% del total. El minifundio como forma de producción mercantil simple ligado a formas de producción precapitalistas de producción... produce para la subsistencia, para generar mano de obra barata y abastecer alimentos básicos, denominados tradicionales, que excluyen toda posibilidad de desarrollo de las fuerzas productivas, la ampliación del capital, la aplicación de la técnica y la tecnología a gran escala... estas condiciones impiden generar un mayor desarrollo socioeconómico del campo”<sup>56</sup>.

Las cadenas a las cuales los autores se refieren son básicamente:

- Cadena Productiva de la Iraca o Paja Toquilla: Su destino es la fabricación de artesanías, básicamente sombreros. Hace parte de los cultivos permanentes o de tardío rendimiento debido a que el proceso de desarrollo de la planta termina a los 2 ó 4 años.

En los últimos años el cultivo de Iraca ha disminuido sustancialmente en el Departamento, en el 2001 su producción bruta ascendía a \$45,9 millones de pesos constantes y dejaba un valor agregado por \$33,0 millones de pesos constantes, para el año 2005 la producción bruta disminuyó a \$14,4 millones de pesos constantes y deja un valor agregado de \$10,3 millones de pesos constantes. Este resultado ocasiona que el desarrollo de esta Cadena productiva además de demandar una gran Inversión de capital por parte del Departamento, también involucre un compromiso de garantía de las autoridades gubernamentales para que la fabricación de sombreros sea una

---

<sup>56</sup> MARTÍNEZ, Jesús. SABOGAL, Julián. Op. cit., Pág. 97 - 98



gran alternativa de generar bienestar social a partir de una buena redistribución del ingreso y la generación de empleo no calificado (solo busca una generación de empleo, pero no el desarrollo del capital humano basado en la educación).

Esta cadena productiva debido a que está basada en un cultivo de tardío rendimiento también demandará por parte del gobierno central una política de créditos que permita al campesino poder mantener la planta hasta el tiempo de cosecha y además poderse mantener él.

Por último, esta cadena productiva tiene un gran impacto ambiental debido a que durante el proceso de cocción se requiere de leña o carbón, lo cual por una parte atenta con el bienestar de los recursos naturales por la deforestación y por otro lado, esta cocción genera grandes emisiones de gas carbónico que afecta la calidad del aire. Además, durante la preparación también se utilizan químicos como azufre (S) y peróxido de hidrógeno (H<sub>2</sub>O<sub>2</sub>), los cuales son nocivos tanto para la persona, como para el ambiente y la fauna acuática.

Estas razones hacen que esta cadena no sea la adecuada para el desarrollo regional.

- Cadena Productiva de la Palma Africana: Su implementación busca básicamente la extracción del aceite. Al igual que la Iraca, hace parte de los cultivos de tardío rendimiento porque su producción empieza entre los 3 – 5 años.

Este cultivo ha incrementando su producción en los últimos años, de esta manera en el 2001 la producción bruta de esta planta fue de \$9.428,5 millones de pesos constantes y para el año 2005 pasó a \$15.016 millones de pesos constantes dejando un valor agregado de \$6.835,6 millones de pesos constantes y \$10.765 millones de pesos constantes respectivamente.

No obstante, lo negativo de esta cadena productiva, es que el cultivo se debe realizar en latifundio para poder obtener ganancias, por ende quienes podrán acceder a este cultivo serán los grandes terratenientes o Inversionistas y de igual manera ellos serán quienes se queden con las utilidades sin permitir una buena redistribución del ingreso.

Además, esta planta no es nativa de la región por lo que su impacto ambiental es muy grande debido a que durante su crecimiento absorbe todos los nutrientes de la tierra lo cual no permitirá la renovación del cultivo dejando como consecuencia una erosión que es el principio de la generación de desierto.

La generación de empleo de esta actividad está basada en ocupar “mano de obra barata por descalificada y en condiciones leónicas de contratación”<sup>57</sup>

De aquí se puede concluir que esta tampoco es una buena alternativa de desarrollo para el Departamento.

Así como estas dos cadenas productivas, existen otras como la de pesca, madera, artesanías, Mopa – Mopa, fique, láctea, caña panelera, cuero, el cuy y la papa, las cuales pretenden convertirse en el sector líder para la economía Regional pero que a fin de cuentas involucran gran cantidad de mano de obra no calificada (la pesca, la madera, el fique, el cuy, la papa), por otra parte estas cadenas productivas tendrán un gran impacto ambiental (la caña panelera, el cuero, la madera), puesto que involucran el deterioro de la tierra, por la expansión de tierras de pastoreo (la láctea, el cuero) y necesitan de una gran política de créditos y apoyo del gobierno (las artesanías y el Mopa – Mopa).

Todos estos sucesos han perfilado que se busque otra alternativa de generación de ingreso y como se recordara que una de las tesis que pretende establecer la investigación es el impacto del Turismo en el PIB, es decir, establecer el Turismo como Cadena de Desarrollo Regional, considerando este sector como un sector líder, vale la pena realizar las comparaciones con las otras ramas de la actividad económica regional.

## 7.2. ANÁLISIS DE LA RAMAS ECONÓMICAS

**TABLA 55. DEPARTAMENTO DE NARIÑO: PRODUCTO INTERNO BRUTO DEPARTAMENTAL POR GRANDES DIVISIONES DE LA CIU**

		PRECIOS CONSTANTES				
		2001 - 2005p				
		2001	2002	2003	2004	2005p
<b>1</b>	<b>AGROPECUARIO, SILVICULTURA Y PESCA</b>	<b>36,4</b>	<b>36,4</b>	<b>36,6</b>	<b>37,1</b>	<b>38,8</b>
	AGRÍCOLA	24,7	24,4	24,4	25,6	27,3
	PECUARIO	8,0	8,1	8,0	7,5	7,4
	SILVICULTURA	2,0	2,0	2,0	1,9	1,8
	PESCA	1,7	2,0	2,2	2,2	2,2
<b>2</b>	<b>EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS</b>	<b>1,1</b>	<b>1,0</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,8</b>

<sup>57</sup> MARTÍNEZ, Jesús. Pacífico en Llamas - Realidad socioeconómica de la Costa Nariñense. Universidad de Nariño. Pasto, 2006. p. 202

	MINERÍA METÁLICA	1,0	1,0	0,8	0,7	0,7
	MINERÍA NO METÁLICA	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>3</b>	<b>INDUSTRIA MANUFACTURERA</b>	<b>6,1</b>	<b>6,6</b>	<b>6,7</b>	<b>6,2</b>	<b>6,0</b>
	MEDIANA INDUSTRIA	3,2	3,7	3,6	3,3	3,2
	PEQUEÑA INDUSTRIA	2,9	2,9	3,1	2,9	2,9
<b>4</b>	<b>ELECTRICIDAD Y AGUA</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,8</b>
<b>5</b>	<b>CONSTRUCCIÓN</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>
<b>6</b>	<b>COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES</b>	<b>15,7</b>	<b>16,0</b>	<b>16,4</b>	<b>15,4</b>	<b>15,7</b>
	COMERCIO INTERIOR	14,6	14,9	15,2	14,4	14,6
	RESTAURANTES Y HOTELES	1,1	1,2	1,2	1,1	1,1
<b>7</b>	<b>TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN</b>	<b>7,5</b>	<b>7,6</b>	<b>9,5</b>	<b>12,4</b>	<b>8,1</b>
	TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	6,0	6,2	6,1	5,6	5,5
	COMUNICACIONES	1,5	1,4	3,4	6,8	2,6
<b>8</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, INMUEBLES Y SERVICIOS A LAS EMPRESAS</b>	<b>9,9</b>	<b>10,1</b>	<b>10,3</b>	<b>9,8</b>	<b>10,0</b>
	BANCOS Y SEGUROS	4,4	4,5	4,7	4,6	4,7
	SERVICIOS A LAS EMPRESAS	1,0	1,0	1,1	1,0	1,1
	ALQUILERES DE VIVIENDA	4,6	4,6	4,5	4,2	4,1
<b>9</b>	<b>SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES</b>	<b>21,3</b>	<b>20,1</b>	<b>18,4</b>	<b>17,1</b>	<b>18,6</b>
	SERVICIOS DEL GOBIERNO	14,8	13,2	11,4	10,5	12,0
	SERVICIOS DOMÉSTICOS	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2
	SERVICIOS PERSONALES	5,2	5,5	5,6	5,4	5,5
	SERVICIOS DE ENSEÑANZA	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9
	SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3
	SERVICIOS DE SALUD	1,6	1,6	1,6	1,5	1,4
	SERVICIOS DE REPARACIONES	1,2	1,3	1,3	1,2	1,3
	SERVICIOS DE ASOCIACIONES	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6
	<b>Menos: Servicios Bancarios Imputados</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>
	<b>Subtotal Valor Agregado</b>	<b>96,6</b>	<b>96,6</b>	<b>96,6</b>	<b>96,5</b>	<b>96,5</b>
	<b>Más: Derechos e Impuestos sobre Importaciones</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>
	<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	<b>TURISMO (CST -R)</b>	<b>3,26</b>	<b>3,35</b>	<b>3,41</b>	<b>3,18</b>	<b>3,18</b>

Fuente: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño. Cálculo de los autores.  
p: Información Provisional

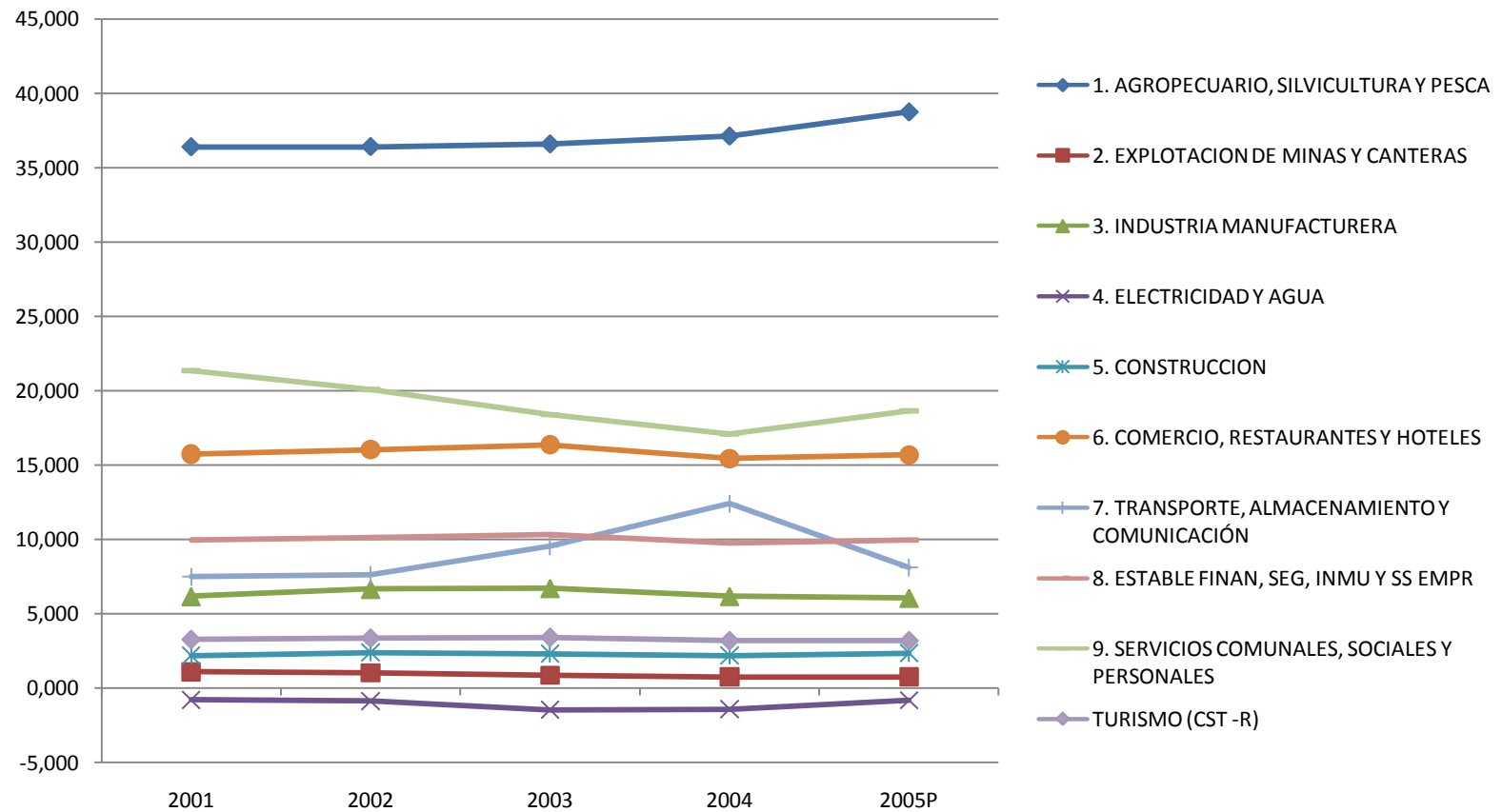
Las ramas más importante dentro del PIB Departamental durante los años 2001 – 2005 son: agropecuario, silvicultura y pesca; servicios comunales y personales; y Comercio, Restaurantes y Hoteles las cuales han mantenido su participación promedio interanual en el PIB en 37,0%, 19,1% y 15,8%, respectivamente. Estas ramas son las que tienen un gran peso dentro del PIB, No obstante, la segunda rama de análisis presenta un decremento en su aporte y por tanto en su importancia dejando al sector transporte, almacenamiento y comunicaciones como un sector en crecimiento, pero esta importancia se debe básicamente al incremento en las facilidades de adquisición y puntos de distribución de telefonía móvil.

Mientras tanto las otras ramas de actividad económica que conforman el PIB Departamental tienen una participación precaria y casi insignificante en la conformación del valor agregado, ejemplo de este planteamiento es el sector de industria manufacturera, el cual tuvo una participación promedio de 6,33%, resultado que proviene del pico del año 2003 cuando registro un 6,7% y el cual se disminuye a 6.1% en el 2005. Por su parte los sectores de construcción y Electricidad y agua, registran una participación promedio dentro del PIB de 2,27% y -1,09% respectivamente, contribuciones muy pequeñas si se analiza la importancia de estas ramas de actividad económica, y específicamente para el caso de la Electricidad y agua la razón de una participación negativa significa perdidas en términos reales, que se deben compensan con el aumento de las tarifas para que a precios corrientes este presente una contribución positiva.

Es por eso, que al observar la contribución del PIB turístico al PIB Regional se puede establecer que la Industria Turística tiene un buen escenario en Nariño. En el año 2001 el Turismo tuvo una contribución al PIB Departamental de 3,26%, el cual se incrementó para el año 2002 a 3,35%, y para el año 2003 a 3,41%, para el año 2004 este valor decreció a 3,18% básicamente como resultado del bajo aporte de los servicios de transporte marítimo, los servicios culturales. Para el año 2005 esta contribución se mantiene.

En el Gráfico 20, el lector puede apreciar como el Turismo es la séptima rama de importancia en el PIB muy a pesar de no tener un apropiado apoyo a nivel de gobierno nacional y no presentar una buena publicidad a nivel mundial. Esta rama se encuentra por encima de actividades como la construcción, la explotación de Minas y Canteras, y la electricidad y agua; que en Departamentos como Antioquia y Caldas son sectores líderes. Esta evidencia permite observar como Nariño tiene un gran futuro en el campo turístico y que este sector es clave y es muy prometedor para la región; destacando el aprovechamiento y mejoramiento de los sitios claves para desarrollar esta actividad.

**GRAFICO 20. IMPORTANCIA RELATIVA DE LAS ACTIVIDADES ECONOMIAS SOBRE EL PIB  
DEPARTAMENTO DE NARIÑO**



Fuente: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño,  
 \*: Cálculo de los Autores en base a los datos suministrados por esta entidad.  
 p: Información Provisional

### 7.3. ESTIMACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO SOBRE EL PIB REGIONAL

Hasta el momento se ha observado como el Turismo es una actividad promisorio para la Economía Nariñense, sin embargo, se hace necesario comprobar matemáticamente el impacto del turismo en el crecimiento económico de la Región.

Es por eso que se necesita aplicar un modelo econométrico que establezca el impacto del crecimiento del Turismo en el valor agregado del PIB regional.

#### 7.3.1. Manejo de Variables:

Para este modelo solo se tendrá en cuenta el PIB Regional y el Valor Agregado del turismo, a precios constantes, esta metodología es aplicada debido a que es la mejor manera de obtener indicadores reales.

**PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB):** “El producto interno bruto es la suma del valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un País durante un periodo de tiempo determinado, generalmente de un año. Con el fin de evitar problemas de doble contabilización, este concepto excluye aquellos bienes que posteriormente se vincularan como insumos para la producción de bienes finales, es decir, dejado de lado los bienes intermedios... el concepto de Producto Interno Bruto se circunscribe dentro de una delimitación geográfica. Sólo se contabilizan los bienes y servicios producidos al interior de un país, independientemente si de estos sean originados por nacionales o extranjeros residentes”<sup>58</sup> **[Gross Domestic Product – (GDP)].**

**PIB CONSTANTE:** También conocido como PIB real y se define como el “Producto Interno Bruto una vez eliminada la distorsión de los precios, Dicho de otra manera, el PIB real es un indicador del estado de una economía descontando el efecto de la inflación...La manera en la cual se suele presentar esta variable es corrigiendo el valor del PIB en cada año por el nivel de precios de un determinado año base. Así, las unidades en las cuales se encuentra expresado el PIB real son precios constantes de un año establecido”<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> MALANGO, Jonathan. Glosario Económico de Economía. Portafolio. Bogotá D.C., 2006. p. 94

<sup>59</sup> *Ibíd.*, Pág. 31

### 7.3.2. Modelo Explicativo 1:

$$PIB\ regional = f(PIB\ turistico)$$

$$PIB\ regional = f(VAR\ tur)$$

$$\log Y_t = \beta_1 + \log \beta_2 X_{2t} + \mu_t$$

$Y_t = PIB\ regional$

$\beta_1 = Variable\ Independiente$

$X_{2t} = VAR\ tur$

$\mu_t = Variable\ aleatoria$

$\log = Elasticidad$

**Cuadro 1. Nariño: Modelo Econométrico explicativo del PIB regional en función del PIB turístico, 2001 – 2005**

Dependent Variable: LOG( $Y_t$ )				
Method: Least Squares				
Sample: 2001 2005				
Included observations: 5				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG( $X_{2t}$ )	1.310559	0.290667	4.508793	0.0204
C	0.390076	2.835054	0.137590	0.8993
R-squared	0.871406	Mean dependent var		13.17260
Adjusted R-squared	0.828541	S.D. dependent var		0.072377
S.E. of regression	0.029970	Akaike info criterion		-3.888088
Sum squared resid	0.002695	Schwarz criterion		-4.044312
Log likelihood	11.72022	Hannan-Quinn criter.		-4.307380
F-statistic	20.32921	Durbin-Watson stat		2.053563
Prob(F-statistic)	0.020383			

Fuente: CEDRE, Esta Investigación. Cálculo de los Autores.

En primera instancia se pueden aceptar las restricciones a priori en donde un crecimiento en el PIB turístico incrementa también el PIB regional, y como el modelo explicativo es doble log determina las elasticidades de manera que se puede establecer que si el PIB turístico se incrementa en 1%, en promedio el PIB Regional se incrementa en 1,31%.

El modelo tiene un  $R^2$  y  $R^2$ -corregido superior a 80%, lo cual nos permite establecer que existe una buena bondad de ajuste y la relación entre la variable endógena y exógena no necesita la incorporación de más variables para determinar el modelo, esto bajo la premisa de solo contar con solo 5 observaciones.

Por su parte las pruebas F de *Fischer Sneider* y T de Student permiten observar con un 97% de confianza que la variable exógena es explicativa del modelo.

La prueba Durbin – Watson (2,05) demuestra con un 95% de confianza que en el modelo no existe evidencia de autocorrelación ni positiva, ni negativa. Ciertamente a la luz de los descubrimientos aquí expuestos, es del todo evidente que el Turismo es una fuente de generación de crecimiento, el impulso de este sector es necesario para impulsar el crecimiento económico del Departamento.

De esta manera se puede concluir que el Departamento de Nariño es una región sin procesos claros de progreso, con un desarrollo del sector terciario basado en el sector comercio e informal; con un sector secundario atrasado, y con un sector primario en caída con respecto a la participación en el PIB Departamental basado en cultivos y procesos deterioradores del entorno ambiental. Es por eso que el Turismo con un apoyo adecuado a nivel gubernamental y privado, puede aportar crecimiento económico y una buena redistribución del ingreso.

#### **7.4. CRECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO DE NARIÑO**

En la Tabla 56 se puede analizar el dinamismo que cada rama de actividad económica ha tenido durante el periodo de análisis 2001 – 2005. De esta forma se observa como existen actividades cuya dinámica es muy volátil y provocan dentro de la economía regional una baja probabilidad de Inversión debido a la incertidumbre que genera esta dinámica.

Se puede afirmar que la actividad más estable dentro de las cuentas centrales del PIB es la Establecimientos Financieros, Seguros, Inmuebles y Servicios a las empresas, cuya dinámica ha sido creciente desde el año 2002, año en el que registro un crecimiento de 2,41%, y el cual se incremento hasta el año 2005 cuando se estableció en un crecimiento de 5,56%.

Por su parte, las ramas principales de actividad económica demuestran una gran volatilidad, es así como la rama de Agricultura, Silvicultura y Pesca paso de un crecimiento de 0.57% entre el año 2001 – 2002, a un crecimiento de 12,2% en el periodo 2003 – 2004; sin embargo esta dinámica cae al 8,1% entre el 2004 – 2005. Esta dinámica se deriva de la dinámica del valor agregado obtenido de productos como Banano, Coco, Palma Africana, y Café.

La actividad de Servicios comunales, sociales y personales tuvo una dinámica negativa durante los periodos 2001 – 2002 y 2002 – 2003; sin embargo en el año 2004 se da un incremento en el Valor Agregado de este sector y se genera un crecimiento de 2.81% dinámica que sigue hasta el año 2005 cuando se registra un crecimiento de 12,98%. Este resultado se deriva de la simulación en el monto en la remuneración del trabajo que se observo durante el periodo 2001 – 2003. Sin embargo, desde el año 2004, el valor agregado presenta una recuperación y



específicamente en los productos de administración pública nacional y Educación de No Mercado.

Por su parte, las ramas de comercio, Restaurantes y Hoteles, al igual que la de Establecimientos Financieros, Seguros, Inmuebles y Servicios a las empresas, presenta una dinámica creciente y estable dentro del periodo de análisis.

**TABLA 56. DEPARTAMENTO DE NARIÑO: RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA - TASA DE VARIACIÓN ANUAL**

CONCEPTO / AÑO	2002	2003	2004	2005P	%
1. Agropecuario, silvicultura y pesca	0,57	1,96	12,20	8,10	
2. Explotación de minas y canteras	-5,79	-14,8	-4,32	5,79	
3. Industria manufacturera	8,54	2,38	1,73	1,52	
4. Electricidad y agua	10,17	70,61	7,95	-40,52	
5. Construcción	9,89	-2,51	5,41	11,58	
6. Comercio, restaurantes y hoteles	2,46	3,53	4,35	5,09	
7. Transporte, almacenamiento y comunicación	2,21	26,95	44,03	-32,29	
8. Estable finan, seg, inmu y ss empr	2,41	3,22	4,82	5,56	
9. Servicios comunales, sociales y personales	-5,43	-7,11	2,81	12,98	
<i>Turismo (CST-R)</i>	3,25	3,21	3,31	3,53	
Producto Interno Bruto (PIB)	0,54	1,46	10,59	3,54	

Fuente: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas CEDRE. Cuentas Económicas de Nariño. – Cálculo de los autores.

p: Información Provisional

Por su parte la Industria Manufacturera durante el periodo 2001 – 2002 ocasiono un crecimiento de 8,54%, porcentaje que ha perdido dinámica hasta ubicarse en 1,52% entre el periodo 2004 – 2005. Esta dinámica se debe a la baja productividad registrada por industrias como: Fabricación de Calzado excepto el de caucho vulcanizado o moldeado o de plástico, Fabricación de productos de plástico y Fabricación de prendas de Vestir.

En cuanto al sector turismo se ha mantenido por encima de 3,2%, desde el año 2002, encontrando su punto máximo en el año 2005 cuando registro un incrementó en su PIB de 3,53%. Este es el resultado de la buena dinámica presentada por los productos de: transporte de pasajeros por carretera, servicios de alojamiento, y servicio de provisión de alimentos y bebidas. De esta forma se demuestra que este sector tiene un buen dinamismo dentro de la economía regional, sumando la estabilidad que se convierte en una base solida para el fomento de proyectos de Inversión privada.

## 8. IMPORTANCIA RELATIVA DE LA INVERSIÓN TURÍSTICA SOBRE LA INVERSIÓN DEL MUNICIPIO DE PASTO

*“Lo importante para el Estado no es hacer las cosas que ya han hecho los individuos y hacerlas algo mejor o algo peor sino hacer cosas que actualmente no se hacen”*

**John Maynard Keynes (1926)**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

Entre el año 2001 y 2006 el total de activos se incrementó de \$551.999,4 millones de pesos a \$1'438.128,8 millones de pesos (Tabla 57), con un crecimiento promedio interanual de 24,56%, este crecimiento se debe a la mayor inversión registrada durante el periodo 2001 – 2002 cuando se incrementó en un 88,4% (Tabla 58) como consecuencia de la dolarización ecuatoriana y posterior entrada de capital antioqueño a la Región, no obstante, es importante denotar que si bien la Inversión se incremento para el año 2002 a \$1'039.777,1 millones de pesos, el número de empresas en la región decreció en 8,9% al pasar de 8878 establecimientos en el 2001 a 8085 en el 2002 (Tabla 59), lo cual significa que si bien la Inversión se incremento por la creación de empresas, también existió durante este tiempo un gran número de sociedades disueltas y liquidadas, sumado a esto una gran capitalización o reforma de capital en todas las ramas de actividad económica. Las actividades económicas que mayor incremento en sus activos presentaron fueron: Servicios de intermediación financiera, la cual paso de tener \$689,4 millones de pesos en el 2001 a \$11.984,6 millones de pesos en el 2002, el sector de transporte y telecomunicaciones tuvo un crecimiento durante el periodo 2001 – 2002 de 528,8%, el sector comercio interior creció 105.8% y la rama de explotación de minas un 394,7%; recalcando que esta es la única actividad que presenta un incremento en el número de empresas registradas ante Cámara de Comercio de Pasto, al pasar de 7 a 11.

**TABLA 57. TOTAL ACTIVOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO:  
2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Millones de pesos					
	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura y Pesca	606,7	4917,9	3318,8	6585,1	5696,0	6914,5
Explotación de Minas	235,6	1165,4	1350,7	1488,1	1865,0	1082,0
Industria	18860,4	74392,2	78492,8	58994,5	91346,0	74368,2
Electricidad	119730,6	169270,1	227304,4	257976,0	283294,0	270503,0
Construcción	255325,1	382891,8	453536,1	461235,1	460489,0	584574,5
Comercio	118886,5	244648,4	283914,7	315221,0	335906,0	299171,4
Hoteles y Restaurantes	4107,7	11683,0	12523,0	15716,6	17341,0	27818,5
Transporte y Telecomunicaciones	12586,2	79147,1	86533,0	34360,1	32735,0	26215,7
Servicios Intermediación Financiera	689,4	11984,6	16142,3	2635,3	19453,0	26600,7
Actividad Inmobiliaria	6461,7	14106,2	14922,5	21546,1	21011,0	61922,5
Administración Pública y Defensa	96,0	132,1	193,0	130,1	338,0	342,8

Educación	1157,0	1730,2	1969,3	2275,9	2237,0	2775,8
Salud	9377,0	37250,0	44585,3	57424,2	58152,0	45703,5
Otros Servicios	3879,5	6458,1	7258,9	14971,3	12489,0	10135,6
<b>TOTAL</b>	<b>551999,4</b>	<b>1039777,1</b>	<b>1232044,8</b>	<b>1250559,4</b>	<b>1342352,0</b>	<b>1438128,8</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto

**TABLA 58. CRECIMIENTO INTERANUAL DE ACTIVOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO: 2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					%
	2001 - 2002	2002 - 2003	2003 - 2004	2004 - 2005	2005 - 2006	
	Agricultura y Pesca	710,6	-32,5	98,4	-13,5	
Explotación de Minas	394,7	15,9	10,2	25,3	-42,0	
Industria	294,4	5,5	-24,8	54,8	-18,6	
Electricidad	41,4	34,3	13,5	9,8	-4,5	
Construcción	50,0	18,5	1,7	-0,2	26,9	
Comercio	105,8	16,1	11,0	6,6	-10,9	
Hoteles y Restaurantes	184,4	7,2	25,5	10,3	60,4	
Transporte y Telecomunicaciones	528,8	9,3	-60,3	-4,7	-19,9	
Servicios Intermediación Financiera	1638,4	34,7	-83,7	638,2	36,7	
Actividad Inmobiliaria	118,3	5,8	44,4	-2,5	194,7	
Administración Pública y Defensa	37,6	46,1	-32,6	159,8	1,4	
Educación	49,5	13,8	15,6	-1,7	24,1	
Salud	297,2	19,7	28,8	1,3	-21,4	
Otros Servicios	66,5	12,4	106,2	-16,6	-18,8	
<b>TOTAL</b>	<b>88,4</b>	<b>18,5</b>	<b>1,5</b>	<b>7,3</b>	<b>7,1</b>	

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto, Cálculo de los Autores

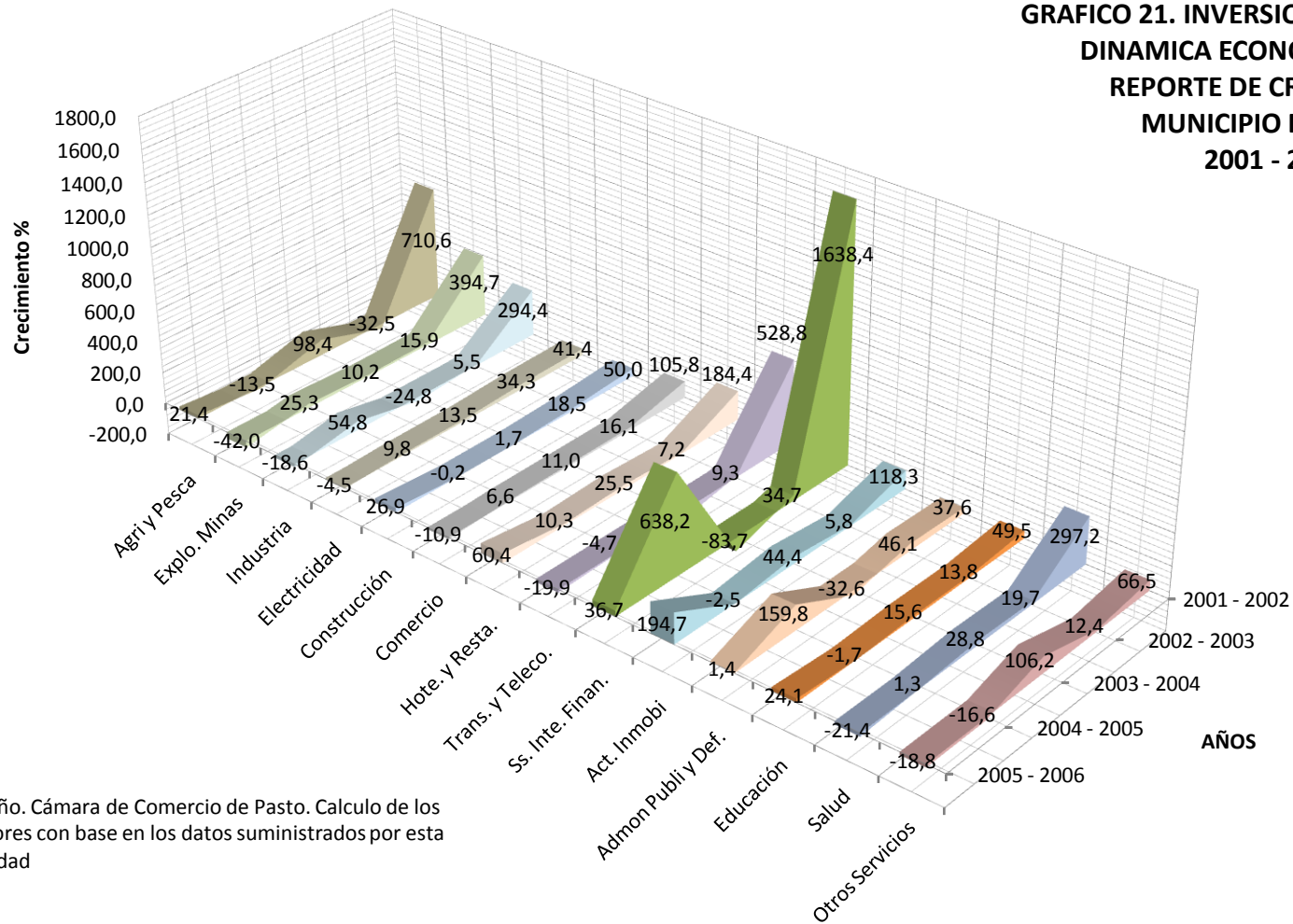
**TABLA 59. TOTAL EMPRESAS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO:  
2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura y Pesca	46	43	53	56	61	66
Explotación de Minas	7	11	9	10	14	15
Industria	742	707	798	855	952	943
Electricidad	12	10	11	9	9	9
Construcción	145	144	137	150	160	163
Comercio	5.098	4.657	4.959	4.916	6.005	6.250
Hoteles y Restaurantes	740	668	816	842	953	1.066
Transporte y Telecomunicaciones	208	206	393	495	539	522
Servicios						
Intermediación Financiera	184	134	124	121	110	102
Actividad Inmobiliaria	558	491	523	633	794	778
Administración Pública y Defensa	24	9	14	3	4	4
Educación	90	90	105	115	131	128
Salud	202	173	184	175	173	196
Otros Servicios	822	742	533	477	473	611
<b>TOTAL</b>	<b>8.878</b>	<b>8.085</b>	<b>8.659</b>	<b>8.857</b>	<b>10.378</b>	<b>10.853</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto

De esta forma al analizar el Grafico 21, se puede destacar que las actividades que mayor estabilidad presentaron en su crecimiento durante los años 2001 - 2006 fueron las siguientes: Comercio, la cual presento un crecimiento de 105,8% entre el año 2001 – 2002 y paso a -10,9% entre el año 2005 – 2006. Por su parte la construcción, registro durante el periodo 2001 – 2005 una desaceleración en su crecimiento al pasar de 50% entre el año 2001 – 2002 a -0,2% entre el 2004 – 2005; posteriormente la actividad se recupera y para el periodo 2005 – 2006 genera un crecimiento de 26,9%, un comportamiento similar registro la actividad de educación la cual durante los primeros 5 años de análisis pasa de crecer a un ritmo de 49,5%, a -1,7%, para el periodo 2005 – 2006 se recupera y crece a un ritmo de 24,1%.

**GRAFICO 21. INVERSION SEGUN ACTIVOS  
DINAMICA ECONOMICA SEGUN  
REPORTE DE CRECIMIENTO  
MUNICIPIO DE PASTO  
2001 - 2006**



Fuente: Nariño. Cámara de Comercio de Pasto. Calculo de los Autores con base en los datos suministrados por esta entidad

Por su parte las actividades que menor estabilidad tuvieron durante los años 2001 – 2006 y se caracterizaron por una alta volatilidad son: Los servicios de Intermediación financiera, estos servicios crecieron 1.638,4% entre los años 2001 – 2002, este fue el punto más alto de su crecimiento dentro del rango analizado; sin embargo, para los años 2003 – 2004 esta tasa decrece y se ubica en -83,7%, para el siguiente periodo se recupera esta actividad y crece un 638,2%, sin embargo, entre 2005 – 2006 disminuye nuevamente esta dinámica y se ubica en 36,7%. Otra actividad que presenta una dinámica muy volátil es la de agricultura y pesca, la cual tuvo un crecimiento durante los años 2001 – 2002 de 710,6%, dinámica que disminuye a -32,5% para el siguiente periodo, para los años 2003 – 2004 se recupera el crecimiento de la inversión y se genera un crecimiento de 98,4%, el cual para los años siguientes se reduce a -13,5%; finalmente durante los años 2005 – 2006 se ubica en 21,4%. Igual a estas dos actividades, los sectores de explotación de minas, y transporte y telecomunicaciones presentan una dinámica muy volátil registrando crecimientos promedios entre 2001 – 2006 de 80,81% y 60,65%, respectivamente.

Por su parte la rama de Hoteles y Restaurantes ha mantenido una dinámica moderada en comparación con las actividades antes analizadas, de este modo se puede establecer que durante los años 2001- 2002 su crecimiento fue de 184,4% debido principalmente a una mayor inversión y recapitalización de este sector durante el periodo analizado. Para el periodo 2002 – 2003 esta actividad pasa a crecer a un tasa de 7,2%, dinámica que se recupera y se ubica en 25,5% entre 2003 – 2004; posteriormente esta dinámica disminuye a 10,3% entre los años 2004 – 2005 y para el periodo 2005 – 2006 se ubicó en 60,4%. Descartando el periodo 2001 – 2002 durante el cual se presentó un descenso en el número de empresas en el sector al pasar de 46 a 43; se podría decir que en el periodo 2002 – 2006 la mayor dinámica se debe en gran medida a un incremento en el número de establecimientos que desarrollan estas actividades los cuales pasaron de 43 a 66.

Cabe destacar que los anuarios estadísticos de la Cámara de Comercio de Pasto revelan algunos planteamientos de empresarios del municipio en cuanto a la dinámica de la economía pastusa durante el periodo de análisis. De esta forma se destacan como factores positivos la mayor seguridad en carretera la cual generó un clima de estabilidad que posibilitó la mayor inversión, también el mayor apoyo a las microempresas mediante los microcréditos, y la dolarización ecuatoriana variable que fomentó una mayor dinámica de la inversión a partir de una mayor demanda ecuatoriana en Pasto y en Nariño. Por su parte, los aspectos negativos que influyeron en la dinámica de la economía de la capital Nariñense fueron: La reactivación del Volcán Galeras; la inseguridad urbana derivada de las desmovilizaciones y de los desplazados, los cuales incrementan los robos callejeros; y el contrabando que incrementa el comercio informal. No obstante, también se estableció que “la reactivación del volcán Galeras trajo factores

positivos, como un incremento en la compra de víveres, ropa, ferretería y productos de la canasta familiar”<sup>60</sup>

En cuanto al Turismo y específicamente en las actividades de Restaurantes y Hoteles, se puede establecer a la dolarización ecuatoriana, la mayor seguridad vial y el reconocimiento obtenido en el 2001 mediante ley 706, por medio de la cual se le otorgo a los carnavales de negros y blancos de Pasto el titulo de patrimonio cultural de la Nación; son los factores más importantes para que esta ciudad haya dinamizado la inversión, con una dinámica positiva que podría vincularse a una relativa estabilidad.

Por su parte la dinámica de la importancia relativa por activos según ramas de actividad económica demuestra que las actividades más importantes son: el sector de la construcción, el cual ha perdido importancia relativa al pasar de contribuir 46,25% en el 2001 a 40,6% en el 2006, esta actividad ha teniendo como principal impulso la construcción de nuevos centros comerciales; el comercio ha incremento su participación de 21,54% en el 2001 a 25,02% en el 2005 como resultado del aumento y “dinámica de las papelerías y comercializadoras de útiles escolares”<sup>61</sup>, sin embargo, para el año 2006 esta actividad pierde peso y se ubica en el 20,8%; el sector electricidad en el año 2001 presentó su mayor participación en la importancia relativa al llegar al 21,7%, la cual decreció a 16,28% en el 2002; y desde el año 2003 a 2005 se empezó a recuperar llegando este último año a 21,10%, sin embargo, en el año 2006 se ubicó en 18,81%. (Tabla 60)

Por su parte el sector industria que en el año 2002 tuvo un crecimiento en la participación con respecto al 2001 de 3,42% a 7,15%, a partir del año 2003 hasta el 2006 disminuyó su importancia relativa hasta llegar en este último a 5,17% pero este resultado se deriva, entre otras cosas, de la mayor participación generada por los sectores de restaurantes y hoteles que paso de 0,74% en el 2001 a 1,93% en el 2006; el sector de actividad inmobiliaria incrementó su importancia dentro del total de los activos de 1,17% en el 2001 a 4,31% en el 2006 y de otros sectores como el de Servicios de Intermediación financiera y de agricultura y pesca. (Tabla 60)

---

<sup>60</sup> Cámara de Comercio de Pasto. Anuario Estadístico 2006. Pasto, 2007. p. 26.

<sup>61</sup> Cámara de Comercio de Pasto. Anuario Estadístico 2005. Pasto, 2006. p. 9.



**TABLA 60. IMPORTANCIA RELATIVA POR ACTIVOS SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO: 2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	Millones de pesos					
Agricultura y Pesca	0,11	0,47	0,27	0,53	0,42	0,48
Explotación de Minas	0,04	0,11	0,11	0,12	0,14	0,08
Industria	3,42	7,15	6,37	4,72	6,80	5,17
Electricidad	21,69	16,28	18,45	20,63	21,10	18,81
Construcción	46,25	36,82	36,81	36,88	34,30	40,65
Comercio	21,54	23,53	23,04	25,21	25,02	20,80
Hoteles y Restaurantes	0,74	1,12	1,02	1,26	1,29	1,93
Transporte y Telecomunicaciones	2,28	7,61	7,02	2,75	2,44	1,82
Servicios Intermediación Financiera	0,12	1,15	1,31	0,21	1,45	1,85
Actividad Inmobiliaria	1,17	1,36	1,21	1,72	1,57	4,31
Administración Pública y Defensa	0,02	0,01	0,02	0,01	0,03	0,02
Educación	0,21	0,17	0,16	0,18	0,17	0,19
Salud	1,70	3,58	3,62	4,59	4,33	3,18
Otros Servicios	0,70	0,62	0,59	1,20	0,93	0,70
<b>TOTAL</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

**Fuente: Cámara de Comercio de Pasto, Cálculo de los Autores**

No obstante, la importancia relativa por empresas según ramas de actividad económica demuestra otra conformación de importancia dentro de la inversión en el municipio de pasto; de esta forma se establece que la principal actividad es el comercio sentando un porcentaje superior a 55% del total de las empresas durante los años 2001 – 2006. A esta actividad le sigue en importancia la de Hotelería y Restaurantes con un incremento de 8,34% en el 2001 a 9,82% en el 2006 en el total de las empresas (Tabla 61). Por su parte la industria tiene un porcentaje promedio durante el periodo analizado en la importancia relativa de 8,97%. Mientras que las actividades que menos importancia tienen son: la administración pública y defensa; la electricidad; la explotación de minas y canteras; y la Agricultura y pesca. Conociendo que las primeras actividades son responsabilidad del gobierno.

**TABLA 61. IMPORTANCIA RELATIVA DE EMPRESAS SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD  
ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO: 2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Millones de pesos					
	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura y Pesca	0,52	0,53	0,61	0,63	0,59	0,61
Explotación de Minas	0,08	0,14	0,10	0,11	0,13	0,14
Industria	8,36	8,74	9,22	9,65	9,17	8,69
Electricidad	0,14	0,12	0,13	0,10	0,09	0,08
Construcción	1,63	1,78	1,58	1,69	1,54	1,50
Comercio	57,42	57,60	57,27	55,50	57,86	57,59
Hoteles y Restaurantes	8,34	8,26	9,42	9,51	9,18	9,82
Transporte y Telecomunicaciones	2,34	2,55	4,54	5,59	5,19	4,81
Servicios Intermediación Financiera	2,07	1,66	1,43	1,37	1,06	0,94
Actividad Inmobiliaria	6,29	6,07	6,04	7,15	7,65	7,17
Administración Pública y Defensa	0,27	0,11	0,16	0,03	0,04	0,04
Educación	1,01	1,11	1,21	1,30	1,26	1,18
Salud	2,28	2,14	2,12	1,98	1,67	1,81
Otros Servicios	9,26	9,18	6,16	5,39	4,56	5,63
<b>TOTAL</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

**Fuente: Cámara de Comercio de Pasto, Cálculo de los Autores**

Finalmente se puede extraer de que la Inversión en el Municipio de Pasto está creciendo, sin embargo, existen muchos renglones económicos que están perdiendo importancia, casos específicos de estas actividades son las de industria, construcción y electricidad, sectores que tienen más de 75% de la inversión, sin embargo ya están empezando a ceder espacio para el desarrollo de otros productos como son el sector Restaurantes y Hoteles, Actividades Inmobiliarias, y servicios de Intermediación financiera.

Es preciso señalar que la relativa importancia de los sectores Electricidad, Construcción y Comercio, no es más que otra evidencia por una parte de la ineficiencia económica de los sectores y de la terciarización económica, esto debido a que como se observa tanto la construcción, como la electricidad realizan anualmente grandes inversiones, sin embargo no generan el crecimiento

económico dentro de las ramas del PIB Regional representado en la tabla 55 del capítulo 7 de esta investigación; por otra parte el comercio se basa en negocios pequeños y micro, que se crean como medio de subsistencia o desarrollan en mayor medida la informalidad económica.

Como se observa la industria no tiene mayor impacto sobre la economía del municipio analizado debido a dos factores: el primero de ellos es que el aparato productivo de este sector es ineficiente, basado en la pequeña y mediana empresa que primordialmente usan como consumo intermedio el sector primario como es el caso de la industria de alimentos y la de transformación de cuero, y el segundo factor es el resultado de la discontinuidad de las políticas de apoyo a los productores. Esta falta de Inversión se ve reflejada en la disminución de la contribución del PIB en la rama de industria manufacturera.

La actividad de servicio de intermediación financiera han mantenido un crecimiento en su participación en los activos; en el año 2001 su contribución fue de 0,12% y para el año 2006 fue de 1,85%, este resultado se deriva del incremento en puntos de servicios de este sector; sin embargo como se sabe este sector no tiene mayor generación de empleo y no es un sector que genere crecimiento económico.

Los sectores de agricultura y pesca; y administración pública y defensa, son sectores de aporte mínimo a la inversión ubicando su contribución en el total de activos entre 0,02% y 0,5%; este factor también demuestra la falta de apoyo al sector primario debido a que por el microfundio no se puede tecnificar este sector el cual sigue utilizando técnicas artesanales de explotación y que no necesitan mayor inversión.

La Actividad de Restaurantes y Hoteles tiene una importancia relativa creciente que paso de 0,7% en el 2001 a 1,9% en el 2006, no obstante, aunque tiene una participación relativamente baja, este sector permite la dinamización de la economía; este producto es la base del turismo, involucra una mayor capacitación a la comunidad y es la base de la dinamización de otras actividades como por ejemplo, la agrícola, pecuario y pesca debido a que demanda una gran cantidad de estos productos en forma de consumo intermedio; otra actividad que se beneficia es el transporte debido a la mayor movilización de individuos, y la construcción derivada del incremento de la capacidad hotelera y del comercio exterior debido a que es una forma de exportar sin tener que salir del país, bajo este planteamiento también se beneficia el sector artesanal.

El análisis de las tablas 60 y 61 sobre importancia relativas según activos y total de empresas han dejado percibir algunos rasgos importantes de la economía del sector privado de la capital de Nariño, es así como el sector de la construcción es una actividad la cual no tiene demasiada importancia relativa por el total de empresas, sin embargo, su importancia según el valor total de activos es muy alta

demostrando que esta actividad necesita de gran inversión financiera para su buen funcionamiento. Por su parte la inversión en la industria es mediana con un promedio de \$78 millones por empresa.

## **8.1. ESTIMACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LA INVERSIÓN EN TURISMO SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL DEL MUNICIPIO DE PASTO**

Hasta el momento se ha observado como las actividades de la economía Pastusa en algunos casos no tienen una concordancia en cuanto a su valor agregado y su Inversión (el sector agropecuario, silvicultura y pesca) lo cual deja en evidencia el atraso de la actividad en la región. Y por otro lado se observa que las actividades que han tenido una gran inversión no tienen una participación óptima y, de acuerdo a la misma, en cuanto al valor agregado en la economía regional o peor aun crecen conforme crece la economía informal.

Es por eso que se debe comprobar y medir el impacto de la Inversión turística en la Inversión total.

### **8.1.1. Manejo de Variables**

Para este modelo se tendrá en cuenta la Inversión en Turismo y la Inversión Total.

**INVERSIÓN:** “En un sentido estricto, es el gasto dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, bienes de capital que sirven para producir otros bienes. En un sentido algo más amplio la inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización de proyectos que se presumen lucrativos. Conceptualmente la inversión se diferencia tanto del consumo como del ahorro, con respecto a este último, porque es un gasto, un desembolso, y no una reserva o cantidad de dinero retenida; con respecto al consumo, porque no se dirige a bienes que producen utilidad o satisfacción directa, sino a bienes que se destinan a producir otros bienes... en el sentido corriente se habla de inversión cuando se colocan capitales con el objeto de obtener ganancias, aunque las mismas se produzcan gracias a la compra de acciones, títulos o bonos que emiten las empresas y que les sirven a éstas para incrementar su capital. Se habla entonces de inversión *financiera*, para distinguirla así de la inversión *real* que responde a la definición dada previamente. Esta última puede dividirse, para fines analíticos en: inversión *fija*, que corresponde a la compra y reposición de bienes de capital; inversión en bienes en proceso e inversión en stocks, o bienes finales”<sup>62</sup>. **[INVESTMENT]**.

---

<sup>62</sup> UEMED. Enciclopedia y Biblioteca Virtual. On line: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/I.htm#inversi%F3n>

### 8.1.2. Modelo Explicativo 2:

$$\begin{aligned} \text{Inversion Pasto} &= f(\text{Inversión en el Turismo}) \\ \text{AcPasto} &= f(\text{AcHBR}) \\ \log Y_t &= \beta_1 + \log \beta_2 X_{2t} + \mu_t \end{aligned}$$

$Y_t = \text{AcPasto}$   
 $\beta_1 = \text{Variable Independiente}$   
 $X_{2t} = \text{AcHBR}$   
 $\mu_t = \text{Variable aleatoria}$   
 $\log = \text{Elasticidad}$

**Cuadro 2. Pasto: Modelo Econométrico explicativo de la Inversión de Pasto en función de la Inversión en el Turismo, 2001 – 2006**

Dependent Variable: LOG(Y <sub>t</sub> )				
Method: Least Squares				
Sample: 2001 2006				
Included observations: 6				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(X <sub>2t</sub> )	0.530805	0.074431	7.131552	0.0020
C	8.881586	0.705678	12.58590	0.0002
R-squared	0.927086	Mean dependent var		13.90465
Adjusted R-squared	0.908857	S.D. dependent var		0.351901
S.E. of regression	0.106238	Akaike info criterion		-1.385060
Sum squared resid	0.045146	Schwarz criterion		-1.454473
Log likelihood	6.155179	Hannan-Quinn criter.		-1.662928
F-statistic	50.85904	Durbin-Watson stat		1.515080
Prob(F-statistic)	0.002044			

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto. Cálculo de los autores

En primera instancia se pueden aceptar las restricciones a priori en donde la Inversión en Turismo incrementa la inversión de Pasto, y como el modelo explicativo es doble log determina las elasticidades de manera que se puede establecer que si la Inversión Turística se incrementa en 1% en promedio, la Inversión de Pasto se incrementa en 0,53%.

El modelo tiene un  $R^2$  y  $R^2$ -corregido mayor a 90% lo cual permite establecer que existe una buena bondad de ajuste en el modelo y la no necesidad de incorporar más variables exógenas al modelo.

Por su parte las pruebas F de *Fischer Sneider* y T de Student permiten observar con un 99% de confianza que la variable exógena es explicativa del modelo.

La prueba Durbin – Watson (1.51) demuestra con un 95% de confianza que en el modelo no existe evidencia de autocorrelación ni positiva, ni negativa.

Al observar los resultados del modelo explicativo 2 se puede establecer que el Turismo es la alternativa que permitirá incrementar la Inversión debido a la gran cantidad de consumo intermedio que exige y esto a la vez ayudara a incrementar el PIB Municipal y Regional. Esto además justifica que en el mundo entero y a nivel económico se le llame al turismo Industria Turística, que a pesar de que tiene como base muchos servicios que lo convertirían en un servicio más, la misma abstracción e impulso a cada sector que lo incorpora a partir de la entrada de visitantes hace que se dinamicen otros sectores y en si toda la economía.

Finalmente, es de gran importancia informar que en un principio el desarrollo de este acápite tenía como espacio geográfico a Nariño; sin embargo, durante el proceso de recolección de datos se observo casi imposible abarcar todas las regiones del departamento por falta de información estadística la cual se suponía sería manejada por las 3 cámaras de comercio que tiene Nariño; de esta forma solo la Cámara de Comercio de Pasto cumple con llevar los anuarios estadísticos necesarios para el análisis de inversión, mientras que las Cámaras de Ipiales y Tumaco no tienen estos informes dejando un vacío informativo en la investigación

## 9. IMPORTANCIA DEL EMPLEO TURÍSTICO SOBRE EL EMPLEO DE SAN JUAN DE PASTO

*“La demanda y la oferta mantienen el equilibrio de los valores en la sociedad con tanta firmeza como se mantiene el nivel del mar; el artificio o la legislación recibe su propio castigo, mediante reacciones superabundancias y quiebras”*

**Ralph Waldo Emerson (1860)**



Fuente: Víctor Jaramillo – Diana Narváez.

Al igual que en el capítulo 8..., para el desarrollo de esta tesis se trabajara con el total de empleos proporcionados por la Cámara de Comercio de Pasto para el municipio, esta medida fue adoptada a raíz de 2 factores, el primero a que las cifras del DANE desglosan el empleo por ramas de actividad económica, pero en estos informes no aparece la contribución que tiene el sector Restaurantes y Hoteles; y el segundo, debido a que ni la Cámara de Comercio de Ipiales, ni la de Tumaco manejan anuarios estadísticos basados en el CIIU Rev. 3. (código industrial internacional uniforme revisión 3).

De esta forma se puede establecer que la mayor actividad generadora de empleo es el comercio (Tabla 62), esto debido a la gran cantidad de establecimientos que se encuentran en la región, los cuales incrementaron su participación en el total de 57,4% en el 2001 a 57,6% en el 2006 (Tabla 61), esta evidencia confirma una vez más las afirmaciones que los autores han mantenido en el transcurso de la investigación, cuando establecen que la economía esta terciarizada, basada en el comercio y con generación de empleo de baja capacitación debido a que el 98%<sup>63</sup> de las empresas para el año 2005 son micro, caracterizadas por tener menos de 10 empleados<sup>64</sup>.

El sector industria es el segundo renglón en generación de empleo en la región, este sector género en el 2001, 8,33% del empleo total y paso al 10,25% en el 2006.

En cuarto lugar se encuentra el sector de Actividad Inmobiliaria, el cual incrementó su participación en la generación de empleo de 4,22% en el 2001 a 8,24% en el 2006, este resultado se debe básicamente al incremento en el número de empresas inmersas en esta actividad.

Estos tres sectores son importantes en la generación de empleo regional, sin embargo, el tercer lugar en generación de empleo esta ocupado por el sector de Hoteles y Restaurantes, el cual incrementó su participación en el empleo regional de 6,05% en el 2001 a 9,85% en el 2006, esto significa que en el año 2001, 6 de cada 100 empleos eran generados por el turismo y para el año 2006 esta cifra se amplía a que 9 de cada 100 empleos son generados por el turismo, cifra acorde con las tendencias mundiales. Este factor se debe también al incremento de las empresas que pasaron de 740 en el 2001 a 1066 en el 2006 (Tabla 59) con una participación en el total de 8,3% en el 2001 a 9,8% (Tabla 61)

---

<sup>63</sup> Cámara de Comercio de Pasto (2006). Op. cit., Pág. 10

<sup>64</sup> Cámara de Comercio de Pasto (2004). Anuario Estadístico 2003. Pasto, Pág. 20



**TABLA 62. IMPORTANCIA RELATIVA DEL EMPLEO SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO: 2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura y Pesca	0,46	0,34	1,36	0,81	0,83	0,78
Explotación de Minas	0,18	0,30	0,27	0,28	0,45	0,49
Industria	8,33	8,84	10,37	10,50	10,38	10,25
Electricidad	2,69	3,22	3,91	3,66	3,41	2,81
Construcción	22,70	21,48	2,66	3,11	3,77	3,47
Comercio	40,22	37,90	46,59	44,29	46,73	47,09
Hoteles y Restaurantes	6,05	5,88	8,48	8,18	8,49	9,85
Transporte y Telecomunicaciones	4,46	4,83	7,14	7,07	5,46	5,17
Servicios Intermediación Financiera	0,65	0,75	0,89	0,85	1,04	0,96
Actividad Inmobiliaria	4,22	6,29	6,85	9,77	9,33	8,24
Administración Pública y Defensa	0,24	0,13	0,21	0,03	0,04	0,03
Educación	1,63	1,79	2,23	1,92	1,97	2,07
Salud	2,34	3,37	4,67	4,17	3,09	4,58
Otros Servicios	5,83	4,88	4,34	5,35	5,02	4,21
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente: Cámara de Comercio de Pasto, Cálculo de los Autores**

En el año 2001, el sector de Restaurantes y Hoteles generó 1.419, los cuales se incrementaron a 2.365 empleos en el 2006. La actividad de comercio que durante el año 2001 generó 9.432 empleos, en el año 2006 registró en cámara de comercio 11.304; por su parte la actividad de Industria pasó de contribuir 1954 empleos a 2460 durante el periodo analizado; mientras que la actividad privada que menos genera empleo es la de Explotación de minas que informó tener 117 empleos durante el año 2006. (Tabla 63).

**TABLA 63. TOTAL EMPLEO SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO: 2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Agricultura y Pesca</b>	109	90	305	182	200	188
<b>Explotación de Minas</b>	43	80	61	63	107	117
<b>Industria</b>	1954	2364	2322	2349	2490	2460
<b>Electricidad</b>	632	861	875	819	817	675
<b>Construcción</b>	5323	5746	596	696	905	832
<b>Comercio</b>	9432	10138	10428	9909	11209	11304
<b>Hoteles y Restaurantes</b>	1419	1574	1899	1830	2036	2365
<b>Transporte y Telecomunicaciones</b>	1046	1291	1599	1582	1309	1242
<b>Servicios Intermediación Financiera</b>	152	200	199	190	249	230
<b>Actividad Inmobiliaria</b>	989	1683	1533	2185	2238	1977
<b>Administración Pública y Defensa</b>	56	35	48	7	9	8
<b>Educación</b>	382	480	500	430	473	497
<b>Salud</b>	548	901	1045	934	741	1100
<b>Otros Servicios</b>	1368	1306	972	1198	1205	1011
<b>TOTAL</b>	23453	26749	22382	22374	23988	24006

**Fuente: Cámara de Comercio de Pasto.**

En cuanto al crecimiento de empleo por ramas de actividad económica, la tabla 64 permite observar que del sector privado, la actividad que mayor dinámica ha tenido durante el periodo de análisis fue de Hoteles y Restaurantes, debido a que su crecimiento paso de -3,6% durante el periodo 2003 – 2004, a 11,3% y 16,2% para los años 2004 – 2005 y 2005 – 2006 respectivamente, demostrando que en Pasto, la inversión realizada en este sector está generando empleos.

Por su parte, el sector de industria ha tenido una disminución en la dinámica de contribución de empleo a nivel del municipio de Pasto al pasar de 21% durante los años 2001 – 2002 a -1,2% entre el 2005 – 2006, esto debido principalmente a la liquidación de 9 empresas del sector durante el mismo periodo (Tabla 59).

Otras actividades privadas que durante el periodo 2005 – 2006 presentaron una pérdida en el crecimiento del empleo fueron: la actividad inmobiliaria (-11,7%) y

la actividad de servicios de intermediación financiera (-7,6%) debido a la liquidación de sus empresas como se lo puede observar en la tabla 59.

**TABLA 64. CRECIMIENTO INTERANUAL DE EMPLEOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA - MUNICIPIO DE PASTO: 2001 – 2006**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					%
	2001 - 2002	2002 - 2003	2003 - 2004	2004 - 2005	2005 - 2006	
Agricultura y Pesca	-17,4	238,9	-40,3	9,9	-6,0	
Explotación de Minas	86,0	-23,8	3,3	69,8	9,3	
Industria	21,0	-1,8	1,2	6,0	-1,2	
Electricidad	36,2	1,6	-6,4	-0,2	-17,4	
Construcción	7,9	-89,6	16,8	30,0	-8,1	
Comercio	7,5	2,9	-5,0	13,1	0,8	
Hoteles y Restaurantes	10,9	20,6	-3,6	11,3	16,2	
Transporte y Telecomunicaciones	23,4	23,9	-1,1	-17,3	-5,1	
Servicios Intermediación Financiera	31,6	-0,5	-4,5	31,1	-7,6	
Actividad Inmobiliaria	70,2	-8,9	42,5	2,4	-11,7	
Administración Publica y Defensa	-37,5	37,1	-85,4	28,6	-11,1	
Educación	25,7	4,2	-14,0	10,0	5,1	
Salud	64,4	16,0	-10,6	-20,7	48,4	
Otros Servicios	-4,5	-25,6	23,3	0,6	-16,1	
<b>TOTAL</b>	<b>14,1</b>	<b>-16,3</b>	<b>0,0</b>	<b>7,2</b>	<b>0,1</b>	

**Fuente: Cámara de Comercio de Pasto, Cálculo de los Autores**

## 10. IMPORTANCIA DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CUIDADO DE LA BIODIVERSIDAD DE NARIÑO

*“Solamente cuando se haya envenenado el último río, cortado el último árbol y matado al último pez, el hombre se dará cuenta que no puede comerse el dinero”*

**Grabado en Cataratas de Iguazú**



Fuente: Víctor Jaramillo – Diana Narváez.

Actualmente el mundo entero está pasando por graves procesos de cambios climáticos, los cuales son “responsables de que más de cien picos de nevados se hayan derretido y la tendencia es ascendente... en el Ártico, un estudio por satélite descubrió que la Antártica pierde más de 152 kilómetros cúbicos de agua al año, una superficie helada superior a México”<sup>65</sup>.

A este factor se le debe sumar que “al elevarse la temperatura cambiarán los pisos térmicos, la agricultura, las costumbres culturales de los pueblos, la oferta de energía, las enfermedades, las migraciones de animales y los ecosistemas”<sup>66</sup> también se incrementarán los huracanes y los páramos tenderán a desaparecer.

Es en este entorno donde se debe cuestionar la importancia de la industria, la cual ha contribuido a la generación de grandes divisas para los países “desarrollados”, pero que también ha sido la gran generadora de gases de efecto invernadero los cuales están afectando al mundo entero, debido al derretimiento de glaciales, la inundación de algunas costas y la proliferación de muchas enfermedades.

Aquí es donde se debe plantear una alternativa de regeneración del medio ambiente, la cual genere ingresos para ser atractiva ante la inversión y que además ayude a la conservación de aquellas zonas protegidas y que todavía proveen de oxígeno al planeta.

El Turismo es una buena alternativa, específicamente el turismo rural que basados en el desarrollo sostenible buscan el mejor manejo de los recursos naturales para poderse desarrollar.

No se puede decir que el impacto de las actividades turísticas es nulo, los impactos de esta actividad están ligados a las vistas masificadas a zonas naturales protegidas y a la construcción de infraestructura como son: los caminos y aeropuertos, las instalaciones turísticas, incluyendo resorts, hoteles, restaurantes, tiendas, canchas de golf y marinas. Sin embargo, el Turismo tiene el potencial para crear efectos beneficiosos sobre el medio ambiente al contribuir con su protección y conservación. De esta manera se crea una conciencia a favor de los valores ambientales que puede servir como herramienta para financiar la protección de áreas naturales y para aumentar su importancia económica “Otros tipos de impactos son los socio-culturales del turismo que se circunscribe dentro del marco del desarrollo humano y que surgen en las comunidades anfitrionas debido a las relaciones directas e indirectas con los turistas, y de la interacción con la industria del turismo.”<sup>67</sup> María Mercedes Machín (Profesora Departamento

---

<sup>65</sup>RIVEROS, Gustavo. SEÑALES: La revista Latinoamericana, Año 6, Edición 54 – Julio 2006. Signals. S.A. Bogotá. p. 11

<sup>66</sup> *Ibíd.* p. 13

<sup>67</sup>Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”. Op. cit., pág. 122

de Economía - Universidad de Pinar del Río)<sup>68</sup> establece que los impactos negativos pueden revertirse en el largo plazo con una buena política que involucre:

- Planificación previa.
- Estudio del impacto ambiental previo al desarrollo turístico.
- Sensibilización de los turistas sobre el medio ambiente.
- Información a los turistas sobre el medio ambiente.
- Planes de ordenación y explotación.
- Desarrollo apropiado de la infraestructura.

Esta es básicamente la razón por la cual al turismo se le llama también la Industria sin Chimeneas debido a que no genera malestar ambiental y se “ha convertido en uno de los instrumentos más importante para la conservación de la naturaleza, en armonía con el ambiente y la cultura”<sup>69</sup>.

El desarrollo sostenible ha sido definido como un patrón de transformaciones estructurales de índole socioeconómica que optimiza los beneficios sociales y económicos del presente, sin poner en riesgo el potencial para obtener beneficios similares en el futuro. Por tanto, el turismo sostenible es todo aquel turismo que contribuye al desarrollo sostenible.

## **10.1. EL ECOTURISMO COMO BASE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

Según la OMT El Ecoturismo está en función del desarrollo sostenible y sustentable debido a 12 factores:

1. Contribuye a la conservación de los recursos naturales, por cuanto estos son la base de la oferta ecoturística.
2. Resalta la valoración del patrimonio natural y cultural, en vista de ser los recursos naturales y culturales los elementos fundamentales del producto ecoturístico. Por lógica, son valorados por los beneficios económicos que proporcionan, mejorando la calidad de vida y perpetuándola en el tiempo y el espacio.
3. Induce a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales.

---

<sup>68</sup> MACHÍN, María Mercedes. Consideraciones teórico-metodológicas sobre el turismo como factor de desarrollo económico. El turismo de naturaleza. Cuba. On line: [www.monografias.com](http://www.monografias.com).

<sup>69</sup> Ibid.

4. Genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales, mejorando la calidad de vida.
5. Promueve la investigación científica, especialmente en lo concerniente a los recursos naturales.
6. Integra áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.
7. Es un importante instrumento para la capacitación y la concientización de las poblaciones marginales y los ecoturistas.
8. Estimula a la creación de medianas, pequeñas y micro empresas ecoturísticas, contribuyendo a la democratización del dólar turístico.
9. Contribuye a la mejoría económica de países tropicales con economías deprimidas.
10. Canaliza fondos, donaciones y asistencia técnica para la conservación de los recursos naturales y la mejoría comunitaria.
11. Da prestigio y orgullo (imagen) por las políticas conservacionistas desplegadas a favor del ecoturismo.
12. Genera empleo local, tanto directo como indirecto (por cada directo produce tres indirectos).

“Con frecuencia, las comunidades pobres ven el ecoturismo como uno de los pocos modos de vida que les queda accesible. Las comunidades cuyas personas viven en la pobreza invariablemente ven como sus jóvenes emigran hacia los centros urbanos debido al descenso en las operaciones tradicionales como la agricultura y la pesca. El turismo, y frecuentemente el ‘ecoturismo’ si se encuentran en áreas remotas, puede evitar ese movimiento hacia las ciudades y proveer un ingreso alternativo esencial.”<sup>70</sup>

## EJEMPLOS DE ECOTURISMO

En la actualidad existen varios países que basan su turismo en beneficio de la comunidad, ejemplo de ello lo constituyen: Namibia y Ecuador.

En síntesis, el ecoturismo combina la gestión de los recursos naturales, la protección del medio ambiente y el ordenamiento territorial con la acción productiva de la sociedad, generadora de empleos, ingresos y nuevos

---

<sup>70</sup>MACHÍN, María Mercedes. Op. cit.

procedimientos, formas y técnicas de vida y de trabajo en las zonas rurales y urbanas.

En tal virtud, el ecoturismo representa una actividad económica, ambiental y cultural que combate de frente el flagelo de la pobreza, de la exclusión social y del éxodo que arranca al habitante de una localidad de sus tradiciones y, por qué no, de superar sus limitaciones junto a su gente. El ecoturismo contribuye a motorizar un desarrollo, nacional y local, integral y sostenible.

**NAMIBIA:** Uno de los países mejor conocido por su turismo basado en la comunidad y safaris donde una amplia diversidad de grupos étnicos se han involucrado en el turismo, estableciendo usualmente campamentos apoyados por iniciativas privadas y públicas. NACOBTA (The Namibian Community Based Tourism Association. La Asociación Namibia de Turismo con Base Comunitaria), representa y promueve 21 campamentos comunitarios, museo y negocios de giras. Los beneficios del turismo y su manejo se dividen entre las comunidades.

**ECUADOR:** La Ciudad de Yachana Lodge fue construida por la comunidad Quichua de Mondana. Los visitantes pescan pirañas, nadan en el río Napoy y caminan a través de la Amazonía. Los ingresos de las cabañas ayudan a financiar una clínica de salud, una granja apícola y de permacultura. El operador Británico de 'tours', Tribes Travel, opera aquí en estrecha colaboración con la comunidad.

A estos países se les deben sumar el desarrollo de turismo rural de naciones centroamericanas como Costa Rica, República Dominicana, Cuba y Panamá.

## **10.2. POLÍTICA DEL ECOTURISMO EN COLOMBIA**

Desde la creación de los Parques Nacionales en Colombia la práctica del ecoturismo en algunos de ellos ha sido una realidad.

Hoy en día las áreas protegidas tienen 9.200.000 Hectáreas de extensión, conformado por un total de 46 áreas, 33 Parques Nacionales Naturales, 9 Santuarios de Fauna y Flora, dos Reservas Naturales, 1 área única y 1 Vía Parque.

Para el Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia el Ecoturismo es una herramienta básica para fortalecer el Sistema, generando recursos financieros a través de las concesiones, la venta de servicios y tarifas, permitiendo su redistribución en áreas del sistema. Así mismo, involucra a las comunidades de las zonas en la planificación y desarrollo de actividades ecoturísticas, asegurando su participación en los beneficios generados.



Hoy, el Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia, tiene 24 áreas con Vocación Ecoturística, de las cuales 16 tienen servicios de alojamiento y 11 servicios de camping, su capacidad instalada es de 1.457 personas – noche.

En el desarrollo de la actividad ecoturística ha jugado un papel fundamental el desarrollo normativo propiciado desde la Constitución Nacional de 1991, que además de garantizar el derecho que todas las personas tienen de gozar de un ambiente sano (artículo 79), introduce el concepto de desarrollo sostenible al consagrar la obligación del Estado de "planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales" y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro (art. 80). La conservación de la biodiversidad tiene como finalidad última garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del país.

De igual manera la ley 99 de 1993 establece en su artículo 1, núm. 2 que: "La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible" y en su artículo 3 especifica: "Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades". La ley 300 de 1996 en su artículo 27, establece que "Cuando quiera que las actividades turísticas que se pretenden desarrollar en áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, serán estas entidades - Minambiente y Mindesarrollo (*hoy, también, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*)- las que definan la viabilidad de los proyectos, los servicios que se ofrecerán, las actividades permitidas, capacidad de carga y modalidad de operación".

### **10.3. ECOTURISMO EN NARIÑO:**

En Nariño existen sitios específicos de desarrollo del Ecoturismo, estos sitios son reconocidos a nivel nacional y mundial por ser lugares de gran conservación del medio ambiente y estratégicos para el desarrollo de sus comunidades.

*PARQUE NATURAL NACIONAL SANQUIANGA:* "Se encuentra ubicado en la zona Costera del Pacífico sur colombiano al norte del Departamento de Nariño. Su representatividad está dada por poseer del 20% al 30% del Pacífico Colombiano, con una alta productividad biológica y aporte de biomasa razón por la cual se consideran como verdaderos viveros del Mar"<sup>71</sup>.

---

<sup>71</sup> GALEANO, Víctor. Guía Turística Empresarial y Hotelera 2006. Bogotá, 2006. p. 68

*RESERVA NATURAL DE LA COCHA – ISLA DE LA COROTA SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA:* Fue declarada como santuario de Flora y Fauna mediante resolución ejecutiva No. 171 de Julio 1977. “Entre las razones biológicas por las cuales es importante la red de reservas naturales de la cocha estas: Aporte hídrico para autoconsumo y riego, Diversidad de Flora y Fauna, Protección del hábitat para especies vulnerables, sitios de paso, descanso y alimentación de aves migratorias transcontinentales... mantenimiento de especies y plantas en vía de extinción, centro de educación ambiental para visitantes y habitantes de las diferentes localidades y espacios para el desarrollo de la investigación, practicas académicas y estudio de las interrelaciones al interior del bosque de niebla”<sup>72</sup>.

*RESERVA NATURAL LA PLANADA:* Inició labores en el año de 1982 como una de las primeras reservas naturales del País. “La flora y la fauna de este lugar son particulares, las reservas guardan especies endémicas tales como el tucán de montaña, el gatillo de roca, el curillo verde, el venado de soche, el oso de anteojos, además de una gran variedad de anturios, orquídeas, bromedias, y palmas”.<sup>73</sup>

*PARQUE NACIONAL NATURAL COMPLEJO VOLCÁNICO DOÑA JUANA-CASCABEL:* Creado el 23 de marzo de 2007, es el más nuevo de los Parques Naturales de Colombia. Entre las especies de animales protegidos en la nueva área están los Osos de Anteojos, el Cóndor, el Puma, venados y la Danta de Páramo, al igual que muchas especies de plantas. El Parque además cuenta con tres volcanes del cual surge su nombre y son los volcanes de Doña Juana, Ánimas y Petacas.

Además de estos 5 sitios de interés ecoturísticos existen varios lugares que pueden desarrollar el turismo verde como son: Santuario de Flora y Fauna Galeras, Laguna La Coba Negra, Volcán Nevado del Chiles, Volcán Nevado Cumbal, Volcán Azufral y Paramo de la Paja Blanca.

Esto deja a la luz el potencial ecoturístico en la Región, en donde el progreso de esta actividad significaría generación de empleo, cuidado del medio ambiente, progreso cultural y desarrollo económico.

#### **10.4. CARGA TURÍSTICA**

La CEPAL determinó que este “indicador puede ser útil para el control de los flujos turísticos por razones ambientales, ya que un excesivo flujo turístico que puede

---

<sup>72</sup> *Ibid.*, p. 13

<sup>73</sup> *Ibid.*, p. 77

poner en peligro algunas características ecológicas de determinadas zonas protegidas o parques nacionales<sup>74</sup>.

El indicador nace de la relación Visitas de no residentes sobre la población total de la región.

Para el caso de Nariño, es necesario realizar dos indicadores:

$$1. \text{Carga Turística (CT)} = \frac{\text{Numero de visitantes Extranjeros (VE)}}{\text{Total de la Población de Nariño (PT)}} * 100$$

$$2. \text{Carga Turística Total (CTT)} = \frac{\text{Numero de visitantes Extranjeros y nacionales a Parques Naturales Nacionales (VEN)}}{\text{Total de la Población de Nariño (PT)}} * 100$$

El primer indicador medirá la carga turística de los turistas extranjeros dentro del departamento, sin tener en cuenta los factores ambientales. Por su parte el segundo indicador medirá el impacto ambiental de los turistas entrados a Nariño, sin diferenciar a los extranjeros de los locales, y que han realizado turismo rural en las diferentes reservas naturales.

**TABLA 65. CARGA TURÍSTICA**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Población	1.443.671	1.443.671	1.443.671	1.443.671	1.498.234	1.498.234
Entrada de Extranjeros	40.539	36.954	35.600	34.872	36.882	42.057
Entrada de Extranjeros Res. Nat (Nacionales - Extranjeros)	19.418	17.737	10.988	2.133	7.694	30.842
<b>CARGA TURÍSTICA (Extranjeros) (%) (Indicador 1)</b>	2,81	2,56	2,47	2,42	2,46	2,81
<b>CARGA TURÍSTICA TOTAL (Nacionales - Extranjeros) (%) (Indicador 2)</b>	1,35	1,23	0,76	0,15	0,51	2,06

Fuente: DANE, Oficina Parques Nacionales Naturales, Rumichaca (Puente Internacional - Ipiales) y Departamento Administrativo de Seguridad "DAS" (seccional Nariño – Putumayo). Cálculo de los autores.

<sup>74</sup> CEPAL. Ficha metodológica sobre Indicadores Económicos Básicos para el análisis del Turismo. Indicador III.5. 2005. p. 2

La tabla 65, demuestra como el indicador 1 tiene una tendencia decreciente desde el año 2001 hasta el 2004, cuando encuentra su punto más bajo dentro del ciclo (2.47%) y que posteriormente empieza su recuperación hasta llegar al año 2006 a generar una carga turística de 2.81% igual a la registrada en el año 2001. Esta tendencia se debe básicamente al ciclo registrado en la entrada de visitantes extranjeros y cuyo registro se radica en las oficinas de migración departamental.

Por su parte, el indicador 2, que para este capítulo es el de mayor importancia, registra un comportamiento muy similar al indicador 1 debido a que durante los años 2001 a 2004 tiene una tendencia decreciente, la cual se incrementa a partir del año 2005 hasta encontrar en el año 2006 su punto de mayor crecimiento al generar una carga turística de 2.06%; el resultado de este indicador derivada de diferentes eventos coyunturales como fue el hecho de que desde el mes de mayo del año 2003 hasta el mes de agosto del año 2005 el Santuario de Flora y Fauna la Corota, el parque natural más importante de Nariño (Tabla 66), haya cerrado sus puertas a los visitantes por factores de orden público; de igual modo a partir de agosto del año 2004 hasta el día de hoy, el Santuario de Flora y Fauna Galeras se encuentra cerrado por el peligro de posible erupción y desastre natural.

<b>TABLA 66. NÚMERO DE VISITANTES</b>							
<b>ÁREAS CON FACILIDADES PARA ECOTURISMO</b>							
<b>REGIÓN SUROCCIDENTAL 2001 – 2006</b>							
	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>TOTAL PARQUE</b>
<b>Isla de la Corota</b>	15.644	15.405	7.348	-	7.453	30.778	<b>76.628</b>
<b>Galeras</b>	3.469	2.210	3.564	2.020	-	-	<b>11.263</b>
<b>Sanquianga</b>	305	122	76	113	241	64	<b>921</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>19.418</b>	<b>17.737</b>	<b>10.988</b>	<b>2.133</b>	<b>7.694</b>	<b>30.842</b>	<b>88.812</b>

**FUENTE: Parques Nacionales Naturales**

Estos dos factores disminuyeron la vista de turistas a las zonas naturales protegidas del departamento de 19.418 en el 2001 a 2.133 turistas en el 2004. Para el año 2006 se observa la entrada más grande de turistas que llegó a 30.842, resultado derivado de la apertura del Santuario de Flora y Fauna la Corota al cual llegaron el 99% de los turistas reconocidos en este año. Cabe establecer que el Parque Natural Sanquianga, ubicado en la parte noroccidental del departamento de Nariño, nunca ha cerrado sus puertas a pesar del problema de inseguridad vivido en la zona; este parque es llamativo para científicos por el estudio de

especies marinas que se pueden observar en la zona, la gran cantidad de manglares, y la gran cantidad de biodiversidad.

La carga turística observada en el indicador 2 derivada de las visitas a los parques a los que se hace referencia en la Tabla 65, es muy pequeña si se la compara con cargas turísticas de países que viven del turismo rural, sobre este aspecto, por ejemplo, República Dominicana ha reconocido tener una carga turística superior al 30% a partir del año 2001, encontrando su punto más alto en el 2005 cuando informo una carga turística de 40.86%<sup>75</sup>. Es decir, el turismo en el departamento de Nariño genera un impacto ambiental muy pequeño al compararlo con estadísticas internacionales, esto revela que la industria ecoturística del departamento es incipiente y que el impacto ambiental del turismo en la región es mínimo y controlable con una buena planeación.

Por ende el turismo rural se convierte en la opción más viable de desarrollo turístico del departamento, se deben aprovechar las ventajas comparativas que tiene la región para salir adelante, siempre con responsabilidad y propendiendo por el concepto de sostenibilidad y sustentabilidad; y reconociendo que el ecoturismo será la mejor alternativa de concientización sobre el cuidado medioambiental frente a los problemas que se avecinan con el proceso de cambio climático.

---

<sup>75</sup> CEPAL. Op. cit., pág. 3

# 11. NARIÑO Y SUS MUNICIPIOS MÁS COMPETITIVOS TURÍSTICAMENTE

*“En el futuro, nuestra preocupación no será si podemos viajar a todos los lugares de la tierra. Nuestro mayor interés será si valdrá la pena llegar ahí”*

**Herman Löns  
1908**



Fuente: Instituto Colombiano de Geografía y Minas – INGEOMINAS –

El turismo como fuerza de progreso está evaluado a nivel mundial por diversos factores que determinan su competitividad, esta afirmación puede verificarse en el capítulo 1 de esta investigación cuando se cito el puesto en el cual se encuentra Colombia a nivel mundial según ranking de competitividad turística cuya autoría es del Foro Económico Mundial y dentro del cual se analizaron los puntos más importantes en los cuales se evaluó a 124 economías, incluida Colombia.

De esta forma es indispensable realizar una evaluación propia de la competitividad que tiene cada municipio del Departamento de Nariño para así identificar cuáles son los lugares más seguros y más importantes para realizar alguna actividad, cabe recalcar que en este capítulo solo se involucran las variables de Infraestructura, servicios Turísticos y Inseguridad, sin tomar como punto de importancia los lugares paisajísticos y de interés de cada municipio, debido a que si bien este factor es el de más importancia para atraer a un turista, a nivel de Colombia y debido al conflicto interno armado, este pasa a un segundo plano después de la seguridad para el visitante.

Para el año 2007, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, declaro a Nariño como el primer departamento en Competitividad Turística de 29 departamentos analizados, así lo declaro la Oficina de Comunicación y Prensa de la gobernación de Nariño mediante comunicado de prensa del 30 de diciembre de 2007<sup>76</sup>. De esta forma, el sector turístico de la región tendrá un gran respaldo para el año 2008; sin embargo, este respaldo deberá ser apoyado mediante planes y programas en los diversos municipios del Departamento, siendo prioridad los que refieren a mejoramiento de infraestructura, inversión en servicios turísticos y mejoramiento de seguridad urbana y rural.

Cabe establecer que al realizar el análisis de competitividad turística municipal del departamento se comprobaron algunos planteamientos empíricos referentes a las posibilidades que cada uno de ellos tiene para su desarrollo turístico, teniendo como principales problemas la inseguridad derivada del conflicto armado y la mala infraestructura vial; sin embargo antes de continuar con el análisis de competitividad, se procederá a determinar porque es importante que las variables aquí adoptadas como principales, se desarrollen.

1. Infraestructura: Dentro del sector turismo puede ser definida como el conjunto de Bienes construidos y existentes que permiten cubrir necesidades al turista. La infraestructura tiene como principales elementos de análisis los referentes a: Vías, Comunicación e Información y Servicios Públicos.

---

<sup>76</sup> GONZALES, Edgar (2007). Nariño ocupa el primer puesto en competitividad turística. San Juan de Pasto 30 de diciembre de 2007. On line: [http://www.gobernar.gov.co/gobernar/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1193&Itemid=33](http://www.gobernar.gov.co/gobernar/index.php?option=com_content&task=view&id=1193&Itemid=33)

Esta variable tiene su importancia dentro del desarrollo del sector Turístico debido a que brindará mayor competitividad derivada de la mayor conectividad, la cual derivara en una mayor comodidad y bienestar para el Visitante.

2. Servicios Turísticos: Son todos aquellos servicios que brindan comodidad al turista y que hacen de su estadía, una visita reconfortante. Los servicios Turísticos tienen como principales elementos de análisis los relacionados con: Hoteles y Transporte: Terrestre, Aéreo y Fluvial.
3. Seguridad: Hace referencia a las garantías de protección que tiene el turista para poder visitar un lugar con tranquilidad.  
Esta es la variable de mayor importancia dentro del turismo regional, debido básicamente a que si bien Nariño cuenta con atractivos turísticos naturales que pueden ser aprovechados para generar un mayor bienestar en las comunidades aledañas a los mismos, en muchas ocasiones estos lugares se vuelven inasequibles por los problemas de violencia que ocasionan que los turistas no puedan viajar hacia ellos.

Es así como se procederá a evaluar cada una de estas variables por municipio, generando un ranking de competitividad intra – regional.

### **11.1. INFRAESTRUCTURA**

El departamento de Nariño tiene una gran deficiencia en el mantenimiento y generación de vías de acceso a los lugares turísticos, esto limita el desarrollo de los servicios turísticos y a la vez imposibilita el desarrollo de muchos municipios por medio de la industria sin chimeneas.

Actualmente, se observa que solo el 42,19% de los municipios de Nariño cuenta con vías de acceso en excelente o buen estado. Esto deja percibir un atraso en el 57,81% de los municipios, los cuales tienen por este factor, muchas deficiencias para desarrollar el sector turístico; sin embargo lo más preocupante es que de este porcentaje el 9,38% representado en 6 municipios de Nariño, no cuenta con vías de acceso, lo cual casi imposibilita la entrada de turistas a estos municipios (Tabla 67).



**TABLA 67. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA SEGÚN INFRAESTRUCTURA VIAL  
MUNICIPIOS DE NARIÑO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>CARRETERAS</b>	<b>ACCESO POR CARRETERA</b>	<b>DISTANCIA FÍSICA</b>	<b>DISTANCIA TEMPORAL</b>
1	Pasto	Excelente	Si	0 kms	0 h
2	Ipiales	Excelente	Si	87 kms	2 h
3	Nariño	Excelente	Si	15 kms	26 m
4	La Florida	Excelente	Si	24,7 kms	30 m
5	Pupiales	Excelente	Si	91 Kms	2 h
6	Aldana	Excelente	Si	112 Kms	2 h, 18 m
7	Tumaco	Excelente	Si	304 kms	4 h
8	Tuquerres	Buena	Si	71 Kms	2 h
9	Tangua	Buena	Si	25 kms	25 m
10	Yacuanquer	Buena	Si	25 kms	35 m
11	Chachagui	Buena	Si	29 Kms	45 m
12	Imues	Buena	Si	55 Kms	1 h, 10 m
13	Guitarilla	Buena	Si	74 Kms	1 h, 30 m
14	Iles	Buena	Si	70 Kms	1 h, 30 m
15	Consacá	Buena	Si	55 kms	1 h, 30 m
16	Sandoná	Buena	Si	48 Kms	1 h, 30 m
17	Contadero	Buena	Si	75 Kms	2 h
18	Gualmatán	Buena	Si	89 Kms	2 h, 30 m
19	El Tambo	Buena	Si	43 Kms	1 h
20	Puerres	Buena	Si	95 Kms	2 h
21	Potosí	Buena	Si	120 Kms	2 h, 30 m
22	Ospina	Buena	Si	85 Kms	2 h, 20 m
23	Mallama	Buena	Si	122 Kms	2 h, 30 m
24	Providencia	Buena	Si	120 Kms	2 h, 30 m
25	Santa Cruz	Buena	Si	106 Kms	2 h, 30 m
26	Ricaurte	Buena	Si	142 Kms	3 h
27	Samaniego	Buena	Si	117 Kms	3 h, 30 m
28	Funes	Regular	Si	52 Kms	1 h, 10 m
29	Cumbal	Regular	Si	105 kms	2 h
30	Carlosama	Regular	Si	96 Kms	2 h
31	Guachucal	Regular	Si	95 Kms	2 h
32	Cumbitara	Regular	Si	170 Kms	6 h
33	Buesaco	Regular	Si	37 kms	45 m

34	Albán	Regular	Si	68 Kms	1 h, 30 m
35	San Bernardo	Regular	Si	75 Kms	1 h, 45 m
36	Belen	Regular	Si	92 kms	2 h, 15 m
37	Sapuyes	Regular	Si	80 Kms	2 h, 15 m
38	Córdoba	Regular	Si	105 kms	2 h, 30 m
39	San Pedro de Cartago	Regular	Si	80 Kms	3 h, 15 m
40	La Cruz	Regular	Si	103 Kms	3 h, 30 m
41	La Unión	Regular	Si	92 Kms	3 h, 30 m
42	Taminango	Regular	Si	68 Kms	3 h, 30 m
43	Colón	Regular	Si	127 kms	3 h, 45 m
44	San Pablo	Regular	Si	113 Kms	4 h, 30 m
45	El Peñol	Regular	Si	48 Kms	1 h, 30 m
46	El Rosario	Regular	Si	102 Kms	2 h, 30 m
47	Ancuya	Regular	Si	70 Kms	2 h, 30 m
48	El Tablón	Regular	Si	62 Kms	2 h, 30 m
49	Policarpa	Regular	Si	122 Kms	3 h, 30 m
50	Linares	Regular	Si	91 Kms	3 h, 30 m
51	Los Andes	Regular	Si	81 Kms	3 h, 30 m
52	Leiva	Regular	Si	185 Kms	4 h, 30 m
53	La Llanada	Regular	Si	140 Kms	4 h, 30 m
54	San Lorenzo	Mala	Si	114 Kms	3 h, 30 m
55	Arboleda	Mala	Si	72 Kms	2 h
56	Barbacoas	Mala	Si	235 kms	> 6 h
57	Roberto Payán	Mala	Si	254 kms	9 h, 45 m
58	Magui Payán	Mala	Si	325 Kms	10 h, 30 m
59	Francisco Pizarro	Nula	No	340 Kms	3 h, 45 m
60	Mosquera	Nula	No	430 Kms	6 h
61	La Tola	Nula	No	460 Kms	6 h, 30 m
62	Olaya Herrera	Nula	No	538 kms	7 h, 30 m
63	Santa Bárbara	Nula	No	513 kms	8 h
64	El Charco	Nula	No	475 Kms	10 h

Fuente: Ranking realizado por los autores con base en el Inventario Turístico Departamental - Oficina de Turismo – Gobernación de Nariño

(PARÁMETRO EXTRA DE EVALUACIÓN: LA INSEGURIDAD )

■ = Municipios con conflicto armado

De esta manera se encuentra que los principales municipios en competitividad de infraestructura terrestre en Nariño son: Pasto, por ser la ciudad capital y principal punto geo-espacial para determinar la distancia física y temporal de los otros municipios; seguido de Ipiales por ser la segunda ciudad principal de Nariño y con una vía excelente y Nariño por su cercanía a la capital. Mientras que los municipios menos competitivos son: Olaya Herrera, Santa Barbará y El Charco; por no tener vías terrestres de acceso y por estar muy alejados temporalmente de la capital del Departamento.

Por su parte, el acceso aéreo en Nariño está restringido a los tres municipios principales del Departamento, es decir, solo a Pasto, Ipiales y Tumaco; sin embargo, la competitividad de esta variable para cada municipio de la región estará determinada por parámetros como la inseguridad y la cercanía de cada municipio con las ciudades que cuentan con terminal aéreo (Tabla 68).

**TABLA 68. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA SEGÚN  
INFRAESTRUCTURA AÉREA  
MUNICIPIOS DE NARIÑO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>AEROPUERTOS</b>	<b>ACCESO POR AIRE</b>
1	Pasto	Si	Si
2	Ipiales	Si	Si
3	Tumaco	Si	Si
4	Chachagui	No	No
5	Nariño	No	No
6	La Florida	No	No
7	El Tambo	No	No
8	Taminango	No	No
9	San Lorenzo	No	No
10	Buesaco	No	No
11	Aldana	No	No
12	Carlosama	No	No
13	Pupiales	No	No
14	Guachucal	No	No
15	Cumbal	No	No
16	Arboleda	No	No
17	Tuquerres	No	No

18	Gualmatán	No	No
19	Contadero	No	No
20	Guitarilla	No	No
21	Yacuanquer	No	No
22	Sandoná	No	No
23	Consacá	No	No
24	Potosí	No	No
25	Puerres	No	No
26	Funes	No	No
27	Imues	No	No
28	El Peñol	No	No
29	Iles	No	No
30	Albán	No	No
31	Samaniego	No	No
32	San Bernardo	No	No
33	Belen	No	No
34	Sapuyes	No	No
35	Ospina	No	No
36	Ancuya	No	No
37	Córdoba	No	No
38	El Rosario	No	No
39	El Tablón	No	No
40	Mallama	No	No
41	Providencia	No	No
42	Santa Cruz	No	No
43	Ricaurte	No	No
44	San Pedro de Cartago	No	No
45	La Cruz	No	No
46	La Unión	No	No
47	Linares	No	No
48	Los Andes	No	No
49	Policarpa	No	No
50	Colón	No	No
51	Leiva	No	No
52	San Pablo	No	No
53	Tangua	No	No
54	Cumbitara	No	No
55	La Llanada	No	No
56	Barbacoas	No	No
57	Francisco Pizarro	No	No

58	Mosquera	No	No
59	La Tola	No	No
60	Olaya Herrera	No	No
61	Santa Bárbara	No	No
62	Roberto Payán	No	No
63	El Charco	No	No
64	Magui Payán	No	No

Fuente: Ranking realizado por los autores con base en el Inventario Turístico Departamental - Oficina de Turismo – Gobernación de Nariño

(PARÁMETRO EXTRA DE EVALUACIÓN: CERCANÍA A LAS CIUDADES CON TERMINALES AÉREOS E INSEGURIDAD)

De esta forma, también se observa que los municipios menos competitivos dentro de la infraestructura aérea por no tener aeropuerto y por esta muy lejos de los municipios que cuentan con terminal aéreo son: Roberto Payan, El Charco y Magui Payán.

En cuanto a infraestructura Fluvial turística, el departamento de Nariño cuenta con 10 municipios que tienen posibilidades de desarrollo de turismo fluvial, estos municipios son los que se encuentran en la costa pacífica o tienen entrada por los ríos que desembocan en el océano pacífico. Entre estos se puede destacar en primera instancia a Tumaco, por ser la ciudad principal de la costa pacífica Nariñense, seguido de Francisco Pizarro y Barbacoas. No obstante se debe recalcar que lastimosamente es casi imposible realizar en esta zona turismo vía fluvial como el que se practica en Australia o Costa Rica, debido a que estos 10 municipios se encuentran catalogado como zonas con alto grado de conflicto armado dentro del departamento, lo cual atenta contra la seguridad del turista (Tabla 69)

**TABLA 69. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA  
SEGÚN INFRAESTRUCTURA FLUVIAL  
MUNICIPIOS DE NARIÑO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>ACCESO FLUVIAL</b>
1	Tumaco	Si
2	Francisco Pizarro	Si
3	Barbacoas	Si
4	Mosquera	Si
5	La Tola	Si
6	Olaya Herrera	Si
7	Santa Bárbara	Si
8	Roberto Payán	Si
9	El Charco	Si
10	Magui Payán	Si
11	Tuquerres	No
12	Gualmatán	No
13	Guachucal	No
14	Iles	No
15	Aldana	No
16	Ipiales	No
17	Guitarilla	No
18	Funes	No
19	Pasto	No
20	Carlosama	No
21	Consacá	No
22	Contadero	No
23	Cumbal	No
24	Cumbitara	No
25	Chachagui	No
26	Imues	No
27	La Florida	No
28	Nariño	No
29	Pupiales	No
30	Sandoná	No
31	Tangua	No

32	Yacuanquer	No
33	Buesaco	No
34	El Tambo	No
35	San Bernardo	No
36	Albán	No
37	Arboleda	No
38	Puerres	No
39	Belen	No
40	Sapuyes	No
41	Ospina	No
42	Potosí	No
43	Córdoba	No
45	La Cruz	No
46	La Unión	No
47	San Lorenzo	No
48	Taminango	No
49	Colón	No
50	San Pablo	No
51	El Peñol	No
52	Mallama	No
53	Providencia	No
54	Ancuya	No
55	El Rosario	No
56	El Tablón	No
57	Santa Cruz	No
58	Ricaurte	No
59	Samaniego	No
60	Linares	No
61	Los Andes	No
62	Policarpa	No
63	La Llanada	No
64	Leiva	No

Fuente: Ranking realizado por los autores con base en el Inventario Turístico Departamental - Oficina de Turismo – Gobernación de Nariño  
**(PARÁMETRO EXTRA DE EVALUACIÓN: LA INSEGURIDAD )**

 = Municipios con conflicto armado

Municipios como Policarpa, La Llanada, y Leiva; son los municipios que menos competitividad en infraestructura fluvial tienen por su distancia física y temporal hacia Tumaco. Por su parte, Ipiales y Pasto se encuentran en los puesto 16 y 19 respectivamente.

En cuanto a los servicios públicos y la comunicación, se observo que solo el 29,69% de los municipios de Nariño cuenta con todos los servicios en buen estado; dejando un 70,31% con dificultades en algunos de los estándares que se encontraran en la tabla 70.

**TABLA 70. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA SEGÚN SERVICIOS PÚBLICOS  
MUNICIPIOS DE NARIÑO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>AGUA</b>	<b>ELECTRICIDAD</b>	<b>ASEO</b>	<b>TELEFONÍA</b>	<b>SERVICIOS MÉDICOS</b>
1	Pasto	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
2	Ipiales	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
3	Tuquerres	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
4	Pupiales	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
5	Sandoná	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
6	Guitarilla	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
7	Carlosama	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
8	Contadero	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
9	Guachucal	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
10	Gualmatán	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
11	El Tambo	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
12	Ospina	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
13	San Bernardo	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
14	San Pablo	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
15	Sapuyes	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
16	El Peñol	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
17	La Llanada	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
18	Linares	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
19	Samaniego	Buena	Buena	Bueno	Buena	Bueno
20	Aldana	Buena	Buena	Bueno	Buena	Regular
21	Consacá	Buena	Buena	Bueno	Buena	Regular
22	La Florida	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
23	Nariño	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
24	Cumbal	Buena	Buena	Regular	Buena	Bueno



25	Chachagui	Buena	Buena	Regular	Buena	Bueno
26	Yacuanquer	Buena	Buena	Bueno	Buena	Regular
27	Albán	Buena	Buena	Bueno	Buena	Regular
28	Buesaco	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
29	Colón	Buena	Buena	Bueno	Buena	Regular
30	La Cruz	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
31	Potosí	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
32	San Lorenzo	Buena	Buena	Regular	Buena	Bueno
33	Taminango	Buena	Buena	Regular	Buena	Bueno
34	Ancuya	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
35	Tumaco	Regular	Buena	Bueno	Buena	Bueno
36	Funes	Regular	Buena	Bueno	Buena	Regular
37	Iles	Regular	Buena	Bueno	Buena	Regular
38	Tangua	Regular	Buena	Bueno	Buena	Regular
39	Arboleda	Buena	Regular	Regular	Buena	Bueno
40	La Unión	Regular	Buena	Regular	Buena	Bueno
41	San Pedro de Cartago	Regular	Buena	Regular	Buena	Bueno
42	Puerres	Regular	Buena	Bueno	Buena	Regular
43	Belen	Regular	Buena	Bueno	Buena	Regular
44	Providencia	Buena	Buena	Bueno	Regular	Regular
45	El Tablón	Regular	Buena	Regular	Buena	Bueno
46	Imues	Regular	Regular	Bueno	Buena	Regular
47	Córdoba	Regular	Regular	Bueno	Buena	Regular
48	Los Andes	Regular	Regular	Regular	Buena	Bueno
49	Santa Cruz	Regular	Regular	Bueno	Buena	Regular
50	Cumbitara	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular
51	Mallama	Regular	Regular	Regular	Buena	Regular
52	Ricaurte	Regular	Regular	Regular	Buena	Regular
53	Barbacoas	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno
54	El Rosario	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
55	Leiva	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
56	Magui Payán	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
57	Policarpa	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
58	Roberto Payán	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
59	Francisco Pizarro	Mala	Mala	Malo	Regular	Regular
60	Mosquera	Mala	Mala	Malo	Regular	Regular
61	Santa Bárbara	Mala	Mala	Malo	Regular	Regular
62	El Charco	Mala	Mala	Malo	Mala	Bueno

63	La Tola	Mala	Mala	Malo	Mala	Regular
64	Olaya Herrera	Mala	Mala	Malo	Mala	Regular

Fuente: Ranking realizado por los autores con base en el Inventario Turístico Departamental - Oficina de Turismo – Gobernación de Nariño

(PARÁMETRO EXTRA DE EVALUACIÓN: LA INSEGURIDAD )

  = Municipios con conflicto armado

Entre los municipios más competitivos en infraestructura de servicios públicos y comunicaciones se encuentra Pasto, seguido de Ipiales y Tuquerres debido principalmente a que tienen en buen estado todas las variables de análisis (Agua, Electricidad, Aseo, Telefonía y Servicios Médicos); por su parte, municipios como El Charco, La Tola y Olaya Herrera tienen deficiencias en infraestructura de servicios públicos. Tumaco se encuentra en el puesto 35 ya que el servicio de agua es regular en el municipio, lo cual afecta la salud del turista.

## 11.2. SERVICIOS TURÍSTICOS.

La competitividad turística en Nariño derivada de los servicios turísticos, está ligada a la presencia de deficiencias en la prestación de los mismos; en primera instancia se puede observar que existe un 34,38% de los municipios que no presta el servicio de hotelería; no obstante, el problema se incrementa cuando al realizar un análisis más profundo se encuentra que en realidad existen muchos municipios que a pesar de que prestan el servicio de hospedaje, este es deficiente, dejando así solo un 31,25% de municipios cuyos hoteles prestan un servicio que se lo puede calificar como bueno y solo un 4,68% que pueden tener un servicio excelente para la zona; conformado por ciudades como Pasto, Ipiales y Tumaco.

El servicio de transporte de pasajeros se califica como regular debido al mal estado de carreteras, puertos marítimos y aeropuertos; problemas que deben ser resueltos por el gobierno ya que él es el encargado directo de la Construcción y el Mantenimiento de Vías, el Mejoramiento de la Infraestructura Aeroportuaria y el Mejoramiento de puertos marítimos. De esta forma y a pesar de que todos los municipios cuenten con prestadores de servicios de transporte de pasajeros, muchos de ellos no califican para brindar un buen servicio al visitante como es el caso del transporte terrestre hacia Roberto Payan, el cual a pesar de su corta distancia física desde Pasto (254 kms), tiene una distancia temporal muy grande (9 h, 45 m) la cual se deriva del mal estado de la carretera.

En la tabla 71, se califican a los municipios de acuerdo a la prestación de servicios turísticos en hotelería y transporte de pasajeros.

**TABLA 71. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA SEGÚN SERVICIOS TURÍSTICOS  
MUNICIPIOS DE NARIÑO**

CÓD.	MUNICIPIO	TRASPORTE PUBLICO	HOTELES	ACCESO POR AIRE	ACCESO POR CARRETERA	ACCESO FLUVIAL
1	Pasto	Si	Si	Si	Si	No
2	Ipiales	Si	Si	Si	Si	No
3	Tumaco	Si	Si	Si	Si	Si
4	Tuquerres	Si	Si	No	Si	No
5	Chachagui	Si	Si	No	Si	No
6	Pupiales	Si	Si	No	Si	No
7	Consacá	Si	Si	No	Si	No
8	Cumbal	Si	Si	No	Si	No
9	Guachucal	Si	Si	No	Si	No
10	Gualmatán	Si	Si	No	Si	No
11	Sandoná	Si	Si	No	Si	No
12	Nariño	Si	Si	No	Si	No
13	Guitarilla	Si	Si	No	Si	No
14	Iles	Si	Si	No	Si	No
15	Imues	Si	Si	No	Si	No
16	San Lorenzo	Si	Si	No	Si	No
17	San Pablo	Si	Si	No	Si	No
18	Buesaco	Si	Si	No	Si	No
19	Córdoba	Si	Si	No	Si	No
20	La Unión	Si	Si	No	Si	No
21	El Tambo	Si	Si	No	Si	No
22	La Cruz	Si	Si	No	Si	No
23	Arboleda	Si	Si	No	Si	No
24	Belen	Si	Si	No	Si	No
25	San Bernardo	Si	Si	No	Si	No
26	Albán	Si	Si	No	Si	No
27	Barbacoas	Si	Si	No	Si	Si
28	Magui Payán	Si	Si	No	Si	Si
29	Ancuya	Si	Si	No	Si	No
30	El Tablón	Si	Si	No	Si	No
31	La Llanada	Si	Si	No	Si	No
32	Linares	Si	Si	No	Si	No
33	El Peñol	Si	Si	No	Si	No
34	Los Andes	Si	Si	No	Si	No

35	Ricaurte	Si	Si	No	Si	No
36	Samaniego	Si	Si	No	Si	No
37	Providencia	Si	Si	No	Si	No
38	Santa Bárbara	Si	Si	No	No	Si
39	Mosquera	Si	Si	No	No	Si
40	Olaya Herrera	Si	Si	No	No	Si
41	El Charco	Si	Si	No	No	Si
42	La Tola	Si	Si	No	No	Si
44	Carlosama	Si	No	No	Si	No
45	Tangua	Si	No	No	Si	No
46	Cumbitara	Si	No	No	Si	No
47	La Florida	Si	No	No	Si	No
48	Yacuanquer	Si	No	No	Si	No
49	Funes	Si	No	No	Si	No
50	Contadero	Si	No	No	Si	No
51	Potosí	Si	No	No	Si	No
52	Taminango	Si	No	No	Si	No
53	Sapuyes	Si	No	No	Si	No
54	Ospina	Si	No	No	Si	No
55	Puerres	Si	No	No	Si	No
56	San Pedro de Cartago	Si	No	No	Si	No
57	Colón	Si	No	No	Si	No
58	Roberto Payán	Si	No	No	Si	Si
59	Mallama	Si	No	No	Si	No
60	Policarpa	Si	No	No	Si	No
61	El Rosario	Si	No	No	Si	No
62	Santa Cruz	Si	No	No	Si	No
63	Leiva	Si	No	No	Si	No
64	Francisco Pizarro	Si	No	No	No	Si

Fuente: Ranking realizado por los autores con base en el Inventario Turístico Departamental - Oficina de Turismo – Gobernación de Nariño

(PARÁMETRO EXTRA DE EVALUACIÓN: LA INSEGURIDAD )

  = Municipios con conflicto armado

Así se encuentra que los municipios de Pasto, Ipiales y Tumaco son los de mayor competitividad en la prestación de servicios turísticos; Tumaco es el único municipio que cuenta con la prestación de los tres servicios de transporte de

Pasajeros. Por su parte, el municipio de Francisco Pizarro solo tiene acceso por medio fluvial y no cuenta con la prestación del servicio de hotelería.

### 11.3. INSEGURIDAD.

Un turista antes de viajar analiza factores como seguridad y precios, descartando los lugares a los cuales no tiene asequibilidad financiera y los lugares en donde el riesgo de sufrir algún percance sea alto. Para Colombia, la seguridad es la variable más importante para determinar la visita de un turista.

Para el caso de Nariño, se encuentra que ciudades como Pasto e Ipiales tienen un riesgo muy bajo por inseguridad y por lo tanto se ubican en los primeros lugares de competitividad derivada de la seguridad; mientras que municipios como Magui Payan y El Charco, no tienen competitividad y el riesgo para cualquier turista es muy alto. Cabe destacar que Tumaco ocupa la tercera posición de competitividad dentro de este análisis, muy a pesar de estar catalogado como un municipio con inseguridad alta, sin embargo, ocupa esta posición porque las tendencias a viajar a esta ciudad se han incrementado, en temporadas altas la ocupación hotelera supera el 70% y no se han presentado problemas de secuestros o pescas milagrosas para turistas.

El ranking de competitividad turística según el grado de Inseguridad se puede visualizar en la Tabla 72

**TABLA 72. COMPETITIVIDAD  
TURÍSTICA MEDIADA POR  
INSEGURIDAD  
MUNICIPIOS DE NARIÑO**

<b>CÓDIGO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>INSEGURIDAD</b>
1	Pasto	Nulo
2	Ipiales	Nulo
3	Tumaco	Alto
4	Tuquerres	Nulo
5	Chachagui	Nulo
6	Gualmatán	Nulo
7	Cumbal	Nulo

8	Consacá	Nulo
9	Tangua	Nulo
10	Sandoná	Nulo
11	Nariño	Nulo
12	Aldana	Nulo
13	Pupiales	Nulo
14	La Florida	Nulo
15	Contadero	Nulo
16	Iles	Nulo
17	Guitarilla	Nulo
18	Carlosama	Nulo
19	Funes	Nulo
20	Guachucal	Nulo
21	Cumbitara	Nulo
22	Imues	Nulo
23	Yacuanquer	Nulo
24	El Tambo	Medio
25	Belen	Medio
26	Buesaco	Medio
27	Potosí	Medio
28	Córdoba	Medio
29	San Pablo	Medio
30	Taminango	Medio
31	Arboleda	Medio
32	La Unión	Medio
33	La Cruz	Medio
34	Puerres	Medio
35	Albán	Medio
36	San Lorenzo	Medio
37	Sapuyes	Medio
38	Ospina	Medio
39	San Bernardo	Medio
40	Colón	Medio
41	San Pedro de Cartago	Medio
42	Samaniego	Alto
43	La Llanada	Alto
44	Ricaurte	Alto
45	Ancuya	Alto
46	El Peñol	Alto

47	El Rosario	Alto
48	El Tablón	Alto
49	Linares	Alto
50	Leiva	Alto
51	Los Andes	Alto
52	Policarpa	Alto
53	Providencia	Alto
54	Santa Bárbara	Alto
55	Santa Cruz	Alto
56	Mallama	Alto
57	Barbacoas	Alto
58	Francisco Pizarro	Alto
59	La Tola	Alto
60	Olaya Herrera	Alto
61	Mosquera	Alto
62	Roberto Payán	Alto
63	Magui Payán	Alto
64	El Charco	Alto

Fuente: Ranking realizado por los autores con base en el Inventario Turístico Departamental - Oficina de Turismo – Gobernación de Nariño

De esta manera se puede observar que solo el 35,94% de los municipios de Nariño brindan buena seguridad al turista, el 28,13% de los municipios presentan una seguridad media y el 35,93% lo conforman aquellas regiones que no presentan seguridad para el visitante y que no son recomendables para visitar, por lo menos hasta que el conflicto armado se elimine o hasta que se amplíe la seguridad hasta estos municipios.

Finalmente, se puede establecer que los municipios más competitivos por sus características son Pasto, Ipiales, Tumaco y Tuquerres, seguidos de municipios como Chachagüi, Pupiales, Nariño y La Florida; Mientras que los municipios menos competitivos son: El Charco, Roberto Payan, Olaya Herrera, Santa Barbará y La Tola.

Es así, como los municipios más competitivos deben ser aprovechados para desarrollar el turismo en Nariño, sabiendo que estos cumplen con las

características para ser zonas de desarrollo hotelero y de concentración para visitar otros municipios. Mientras que los municipios menos competitivos, pertenecientes principalmente en la costa pacífica nariñense, necesitan de mayor inversión tanto a nivel público, como a nivel privado; solo de esta manera podrán beneficiarse de las bondades de una industria turística bien planificada, basada en principios de sostenibilidad y generadora de una buena redistribución del ingreso.



## 12. IMPACTO DE LA REVALUACIÓN DEL PESO COLOMBIANO EN EL TURISMO DE NARIÑO

*“En el largo plazo, la apuesta de mantener el crecimiento económico y atraer más inversión significará convivir con una moneda más apreciada”... “Una moneda fuerte es consecuencia de una economía sólida. Esa es una realidad y los sectores productivos tendrán que incorporarla en su escenario de largo plazo”*

**Oscar Iván Zuluaga**  
Ministro de Hacienda



Fuente: Noticias AC-F por Artur Coral-Folleco, [www.ipitimes.com](http://www.ipitimes.com) . Ipiales, Nariño, Colombia

La tasa de cambio en una economía es una variable de mucha importancia para determinar su competitividad con el mercado externo, el manejo de esta corresponde básicamente a la política cambiaria. Para Colombia esta política está a cargo del Banco de la República, el cual es el encargado de tomar políticas de tipo cambiario con el fin de mantener las exportaciones para así tratar de conseguir una balanza comercial superavitaria; para esto debe enfrentar grandes problemas como es el caso de la revaluación o apreciación monetaria, la cual corresponde al aumento de precio de una moneda local con relación a una divisa, es decir, se reduce el número de monedas locales que hay que pagar por una divisas o moneda fuerte.

Se debe recordar que todos los países manejan 4 metas macroeconómicas las cuales corresponden a la disminución del desempleo, generar crecimiento económico, disminuir la inflación y mantener una balanza de pagos superavitaria. En este sentido, y como parte de mantener una balanza de pagos superavitaria, se debe mantener superavitaria la balanza comercial y esto, según la teoría, solo puede ser conseguido si se mantiene revaluada la moneda local con relación a una moneda fuerte o la más utilizada para realizar negocios internacionales.

A nivel del mundo existen 3 monedas fuertes, las cuales han dominado continentes y han obligado a muchos países que quieren realizar negocios internacionales a negociar con ellas. Es así, como para toda América y parte del África y Asia la moneda fuerte es el dólar; para toda Europa, parte de África y parte de Asia la moneda dominante es el Euro; y para toda Asia pacifico la moneda que domina es el Yen.

## **12.1. DINÁMICA CAMBIARIA**

En Latinoamérica la dinámica cambiaria tiene como referencia monetaria el dólar norteamericano, debido a que esta moneda es la principal divisa del continente y también porque Estados Unidos es principal socio comercial de este continente. Por lo tanto todas las monedas de este grupo de países deben devaluarse o depreciarse con relación al dólar estadounidense ya que solo así podrán ser competitivos a nivel externo.

En la actualidad, el comercio internacional de los países latinoamericanos ha tenido grandes problemas para mantener una balanza comercial superavitaria debido a la devaluación por la que está pasando el dólar norteamericano, la cual se debe a factores como:

- El flujo de remesas que han sido enviadas por los migrantes hacia las familias latinoamericanas; de esta manera se establece que los “Trabajadores

inmigrantes de Latinoamérica enviaron a sus países 62.300 millones de dólares en el 2006<sup>77</sup>

- La política de la reserva federal de reducción de las tasa de interés de referencia a producido una devaluación del dólar. Ejemplo de esta política se observa cuando en Noviembre de 2007 disminuyo su tasa de interés de 4,75% a 4,5%.<sup>78</sup>
- Desequilibrios en la economía Norteamérica, como por ejemplo el déficit en la cuenta corriente de más de 631 billones de dólares en el 2004 y el déficit fiscal de 28% del PIB en el mismo año<sup>79</sup>.

No obstante, esta devaluación del dólar se ahonda más en cada país de Latinoamérica dependiendo de los factores internos de cada uno. En este sentido y para el caso de Colombia, los principales factores que profundizan la apreciación del dólar estadounidense son:

- El déficit del gobierno central, el cual ha sido financiado con crédito externo; 1,3% del PIB para el año 2004<sup>80</sup>.
- Mayor confianza en el país, lo cual ha mantenido una alta inyección de capital extranjero. Según el Banco de la República, en el primer semestre de 2007 fueron US\$2.173 millones de dólares los que entraron por inversión extranjera.

Estos factores han ocasionado el precio del dólar se ubique actualmente \$1.000 pesos colombianos por debajo del precio registrado en marzo de 2003, y 41,5 puntos por debajo del Índice de tasa de cambio real registrado por el banco de la república para la misma fecha. Demostrando que la dinámica cambiaría entro en su fase de recesión dentro de su ciclo. (Grafico 22)

Todo el proceso de revaluación del peso colombiano frente al dólar estadounidense ha ocasionado grandes problemas para los sectores exportadores de Colombia, siendo estos los temas a tratar más adelante.

---

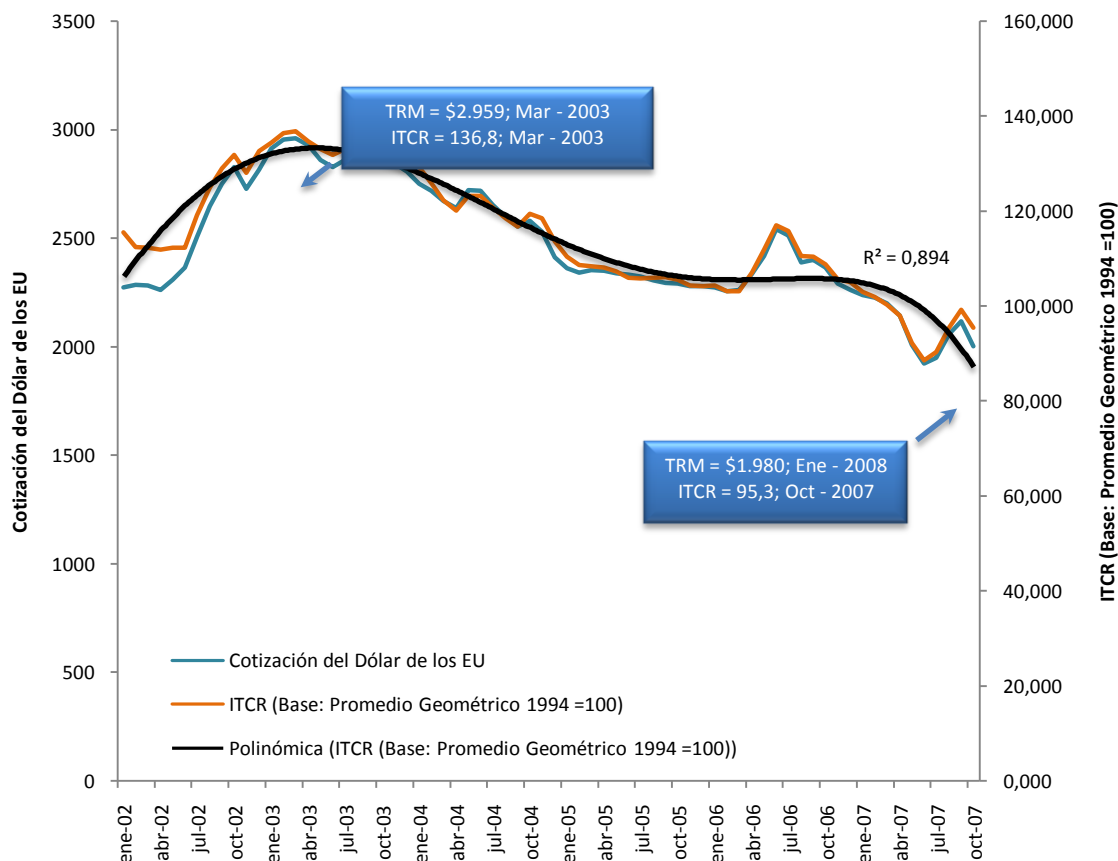
<sup>77</sup> Diario el Comercio (2007). Remesas a Latinoamérica crecieron 14% en el 2006. On Line: <http://www.elcomerciooperu.com.pe/EdicionOnline/Html/2007-03-19/onEcEconomia0691653.html>

<sup>78</sup> Periódico Portafolio (2007). La FED bajó ayer las tasas de interés. On Line: [http://www.portafolio.com.co/port\\_secc\\_online/porta\\_fina\\_online/2007-11-01/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-3689856.html](http://www.portafolio.com.co/port_secc_online/porta_fina_online/2007-11-01/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-3689856.html)

<sup>79</sup> DUQUE, Ivan ( ). Estados Unidos y la economía global. On Line: [http://www.portafolio.com.co/proy\\_porta\\_online/tlc/opi\\_tlc/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-1923251.html](http://www.portafolio.com.co/proy_porta_online/tlc/opi_tlc/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-1923251.html)

<sup>80</sup> Banco de la República. Informe al Senado En: Apreciación del Peso Colombiano. Bogotá D.C., 2004

**GRAFICO 22. DINAMICA CAMBIARIA**  
**TRM - ITCR**  
**2002 - 2007**



Fuente: Banco de la República. Cálculo de los Autores.

## 12.2. EXPORTACIONES TRADICIONALES

En Colombia las exportaciones tradicionales están conformados por 4 productos principales que son: El Café, El Carbón, El Petróleo y El Ferroníquel. Estas exportaciones durante el periodo 2002 – 2006 crecieron de U\$5.309,83 millones de dólares a U\$11.809,51 millones de dólares, con un crecimiento promedio anual de 22,46%.

De estos 4 productos el de mayor importancia es el petróleo debido a que genera más de 50% del total de las divisas por exportaciones, le sigue en importancia el Carbón con más de 20%, el Café con más del 15% y el ferroníquel con cerca del 10%.

La revaluación del peso tiene sus inicios en Enero del 2003, no obstante en un principio la revaluación significo más competitividad económica y se hablo de una revaluación fundamentada en una economía solida con un crecimiento superior al 5%; pero el hecho es que los motivos fueron los anteriormente explicados y dentro de los cuales el Banco de la República poco a nada tiene que hacer debido a que en los factores externos las políticas de Colombia no tienen impacto y porque el manejo de la revaluación en Colombia se manejaba por Tasa de interés, la cual es intocable por el momento si se quiere mantener baja la inflación y un buen crecimiento de la economía nacional (2 de las 4 metas macroeconómicas).

Sin embargo, la revaluación empieza a tener su mayor impacto dentro de las exportaciones Colombianas desde el año 2005; cuando las exportaciones tradicionales tienen un retroceso en su crecimiento al pasar de 26,99% y 35,35% entre los periodos 2003 – 2004 y 2004 – 2005, a 13,93% durante 2005 – 2006. El mayor impacto de este fenómeno se sentido en las exportaciones de café, carbón y petróleo así como lo demuestra la tabla 73.

<b>TABLA 73. EXPORTACIONES TRADICIONALES</b>				
<b>CRECIMIENTO INTERANUAL</b>				
<b>US\$ Millones de Dólares FOB</b>				
	<b>%</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>2002 - 2003</b>	<b>2003 - 2004</b>	<b>2004 - 2005</b>	<b>2005 - 2006</b>
TOTAL TRADICIONALES	13,58	26,99	35,35	<b>13,93</b>
CAFÉ	4,81	17,31	54,90	<b>-0,64</b>
CARBÓN	43,62	30,36	40,16	<b>12,12</b>
PETRÓLEO Y DERIVADOS	3,30	24,95	31,50	<b>13,84</b>
FERRONÍQUEL	52,76	50,87	17,48	50,06

Fuente: Banco de la República. Cálculo de los Autores.

Es así como el producto que mayor impacto por la revaluación fue el café, producto que durante el periodo 2004 – 2005 había tenido un crecimiento en sus exportaciones de 54,9%, porcentaje que decrece a -0,64% en el siguiente periodo y el cual significa pérdidas financieras por más de US\$9,42 millones de dólares FOB. Actualmente los precios de cotización internacional del café ha subido, sin embargo por la revaluación del peso, esto solo significa disminuir la perdida monetaria representada por la revaluación, aunque también podría tener efectos de disminución de la demanda por las leyes de libre mercado.

Durante el mismo periodo, productos como el Carbón y el Petróleo han mantenido una dinámica en el crecimiento que se ha visto perjudicada por la Revaluación de

la moneda local. Estos productos, al igual que le Café, ha tenido un buen comportamiento durante los periodos 2003 – 2004 y 2004 – 2005 con crecimientos superiores a 30% en el Carbón y 24% en el Petróleo, panorama que cambia para el periodo 2005 – 2006 cuando los crecimientos bajan a 12,12% y 13,84%, respectivamente.

### **12.3. EXPORTACIONES NO TRADICIONALES**

Por su parte las exportaciones no tradicionales son entendidas como todas aquellas exportaciones de bienes o servicios diferentes a las tradicionales, de esta forma se puede discernir que los productos que conforman este grupo son muchos, razón por la cual es necesario basar la investigación solamente en los principales.

Cabe destacar como principales a: los productos químicos debido a que representan más del 17% de las exportaciones no tradicionales, seguido de los productos alimenticios con cerca del 10%, los textiles al igual que las flores, cada uno con más de 8%, Papel con más del 5% y el banano con más del 4%.

La fenómeno de la revaluación no ha dejado de golpear a estas exportaciones, de esta forma se encuentra que para el periodo 2003 – 2004 la exportaciones crecen un 27,27%, porcentaje muy por encima del 6,45% registrado en el periodo 2002 – 2003; y esto se debe básicamente a la devaluación del peso que encontró su punto más alto en marzo de 2003 cuando el promedio mensual de la tasa de cambio nominal fue de \$2.959,01 pesos por dólar estadounidense. Sin embargo, para los periodos 2004 – 2005 y 2005 – 2006, la tasa de crecimiento disminuye a 19% y 15,97% respectivamente.

Si bien la disminución en la tasa de crecimiento de estas exportaciones no es muy alarmante en términos reales y en términos nominales no ha significado una perdida monetaria con relación a los otros periodos, cabe aclarar que la revaluación no ha permitido cumplir las metas a corto y mediano plazo de muchas empresas, como por ejemplo del sector flores y del sector bananero; además, el resultado total de las exportaciones por provenir de una sumatoria de varios productos ve suavizada su tendencia, tornando en ocasiones resultados no reveladores de las situación económicas, por lo tanto se hace necesario realizar un análisis más profundo.

Se empezara por examinar la dinámica de crecimiento exportador del producto flores, el cual ha demostrado una dinámica muy parecida a la reflejada por los productos tradicionales afectados por la revaluación, de esta forma se encuentra que en el periodo 2002 – 2003 cuando la tasa de cambio nominal se devaluaba, las flores empiezan a reactivar sus exportaciones y crecen de 1,42% a 28,84%

durante el periodo 2004 – 2005, siendo este el máximo alcanzado en los últimos años, para el siguiente periodo el crecimiento de esta actividad baja a 6,7%.

Por su parte, el banano que durante el periodo 2002 – 2003 registro un crecimiento de -3,3%, durante el 2004 – 2005 creció a una tasa de 17,63%, dinámica que se trunca por las actuales condiciones cambiarias y que producen que las entradas de divisas por concepto de este producto a Colombia bajen su crecimiento y se ubiquen en 3,41%.

<b>TABLA 74. EXPORTACIONES NO TRADICIONALES</b>				
<b>CRECIMIENTO INTERANUAL</b>				
<b>US\$ Millones de Dólares FOB</b>				
	<b>%</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>2002 - 2003</b>	<b>2003 - 2004</b>	<b>2004 - 2005</b>	<b>2005 - 2006</b>
TOTAL PRINCIPALES PRODUCTOS NO TRADICIONALES	6,45	27,27	18,99	15,96
BANANO	-3,30	1,39	17,63	3,41
FLORES	1,42	3,10	28,84	6,70
TEXTILES Y MANUF	-5,25	34,55	2,92	6,36
QUÍMICOS	-7,51	25,73	16,13	14,01
PAPEL Y MANUF	8,11	17,82	12,92	16,04
ALIMENTOS	12,04	19,79	15,50	12,18

Fuente: Banco de la República. Cálculo de los Autores.

Por su parte los productos como: Textiles y manufacturas, Químicos, Papel y manufacturas y Alimentos registran el impacto de la revaluación durante el periodo 2004 – 2005, siendo estas las primeras actividades en ser golpeadas por el fenómeno de apreciación de la moneda local.

#### **12.4. IMPORTACIONES**

Pero la revaluación no solo significa menos exportaciones, esta también repercute en un mayor número de importaciones por la ganancia de poder adquisitivo de una moneda local a nivel extranjero.

<b>TABLA 75. IMPORTACIONES DE VEHÍCULOS</b>					
<b>CRECIMIENTO INTERANUAL</b>					
<b>US\$ Millones de Dólares FOB</b>					
					<b>%</b>
<b>CONCEPTO</b>	<b>2002 - 2003</b>	<b>2003 - 2004</b>	<b>2004 - 2005</b>	<b>2005 - 2006</b>	
VEHÍCULOS ENSAM	14,77	40,27	<b>37,90</b>	<b>55,21</b>	
VEHÍCULOS NO ENSAM	16,84	52,42	36,35	<b>64,96</b>	

Fuente: Banco de la República. Cálculo de los Autores.

En la tabla 75 se presentan 2 de los principales productos de importaciones de Colombia y los que se beneficiaron por el fenómeno de la apreciación del peso.

Estos productos han mantenido un crecimiento superior a 30% desde el proceso de revaluación de la moneda local, esta dinámica es normal si se analiza los precios que un vehículo nuevo puede tener cuando la moneda se encuentra depreciada, un ejemplo es el precio del vehículo Nissan Sentra, el cual en el año 2004 costaba \$43,8 millones de pesos y que durante el año 2005 bajo a \$37 millones de pesos; este mismo fenómeno se da con vehículos de diversas marcas. No obstante, se debe aclarar que no solo la revaluación ha beneficiado las importaciones de vehículos, otro aspecto es la entrada en vigencia de acuerdos comerciales con México y que han disminuido el arancel de automotores en 10% y el IVA de 30% al 25%.

Otros productos que han incrementado su entrada a Colombia debido a la revaluación son: “Calderas, máquinas, Calderas, máquinas, (vehículos automotores y sus partes), aviones, químicos, helicópteros y hasta dirigibles y grandes volúmenes de maíz”<sup>81</sup>

## **12.5. INFLUENCIA DE LA REVALUACIÓN EN EL TURISMO**

### **12.5.1. Turismo Nacional**

El turismo a nivel nacional es un sector que se ha visto perjudicado por la revaluación, no obstante el impacto que este fenómeno ha tenido sobre este servicio no tiene una conducta normal por lo que se hace necesario explicarlo de acuerdo a su balanza comercial.

<sup>81</sup> CARACOL RADIO (2007). Revaluación del peso acelera importaciones colombianas. On Line: <http://www.caracol.com.co/noticias/418554.asp?id=418554>



De acuerdo a la teoría la revaluación implica menor exportación y mayor importación, en este sentido, en el turismo significaría menor entrada de turistas extranjeros y mayor salida de colombianos al exterior, razón que haría que la balanza comercial del turismo, especificada en la cuenta de servicios de viajes, sea deficitaria.

<b>TABLA 76. BALANZA COMERCIAL TURÍSTICA</b>					
<b>CUENTA DE VIAJES</b>					
<b>2002 – 2006</b>					
<b>(US\$ millones de dólares)</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Exportaciones Viajes	967,0	893,2	1058,1	1217,8	1550,3
Importaciones Viajes	1074,9	1061,6	1107,7	1126,6	1328,5
Balanza Comercial Viajes	-107,9	-168,4	-49,6	91,3	221,7

Fuente: Banco de la República, Cálculo de los autores

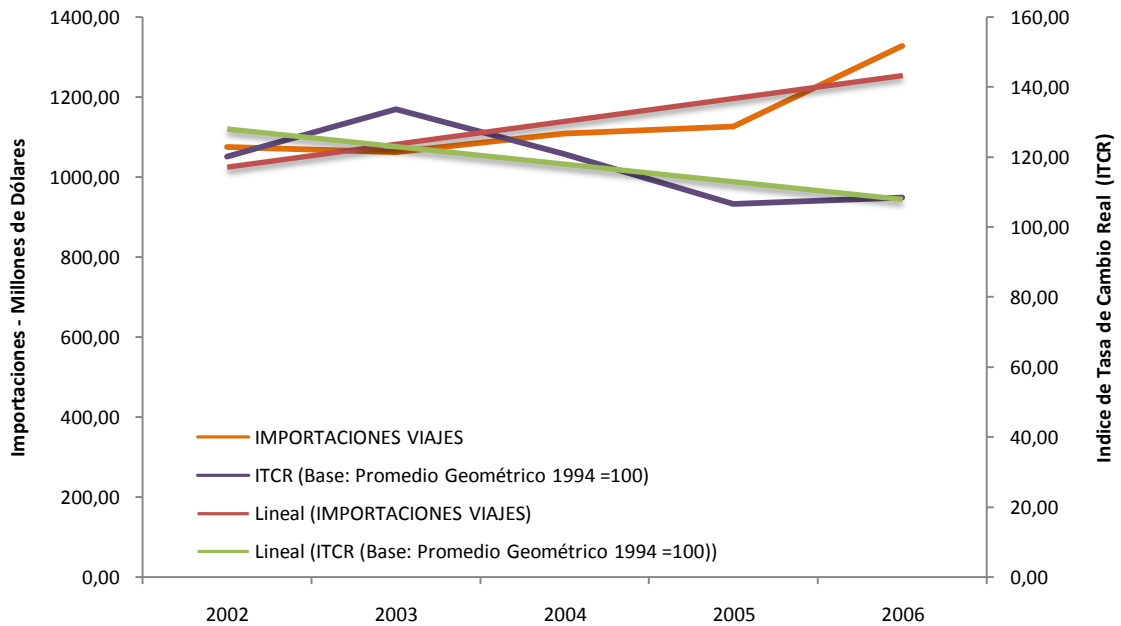
No obstante, como se observa en la tabla 76, la balanza comercial del turismo durante los años 2005 y 2006, periodo durante el cual la revaluación se acentúa, presenta superávit en su saldo. De igual forma se observa que no existe una disminución en el valor de las cuentas por lo que se puede establecer que el turismo receptor tiene una buena dinámica demostrada mediante el gráfico 2 referente a entrada de extranjeros. Esto deja percibir que la revaluación no ha tenido mayor impacto en el turismo receptor nacional.

Sin embargo para el año 2006 la importación de servicios turísticos se incrementa 17,9% con relación al 2005, dejando percibir que si bien la apreciación no afectó las exportaciones de la cuenta de viajes, sí afectó la importación.

Es así que al observar la gráfica 23, se encuentra que la importación de servicios de viajes ha tenido una dinámica inversa ajustada a la tasa de cambio expresada en este caso bajo el Índice de Tasa de Cambio Real (ITCR), lo cual significa que la apreciación del peso ha permitido a los colombianos hacer turismo en otros países, dejando de lado el turismo doméstico. Sobre este aspecto la Doctora Alejandra Torres ejecutiva de la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (ANATO) declaró: "Junio (2007) no fue lo esperado. La revaluación ha hecho que el turismo doméstico se deprima, ya que son muchos los que prefieren pasar vacaciones fuera del país"<sup>82</sup>

<sup>82</sup> PROEXPORT. Consolidado de Prensa 5 de Julio de 2007. Bogotá, 2007. p. 3.

**GRAFICO 23. IMPORTACIONES VIAJES Vs ITCR  
2002 - 2006**



Fuente: Banco de la República. Cálculo de los autores

Pero a este factor se suma la disminución en las tarifas de los tiquetes hacia los principales destinos turísticos de Colombia. Por ejemplo, un tiquete a Miami en temporada baja que durante el 2004 costaba US\$550 dólares, paso a costar en el año 2005 US\$389 dólares. A Panamá US\$281 dólares en el 2005, contra US\$320 del año anterior, y para España de US\$1.100 dólares a US\$779 dólares entre el 2004 y 2005.

La Doctora Lucia Carcamo, directora ejecutiva de la Asociación Hotelera de la Costa (Asotelca), señaló “que uno de los destinos internacionales con mayor acogida entre los colombianos y que desplazó a Cartagena fue Panamá, donde se pueden adquirir artículos de todo tipo a bajo precio”<sup>83</sup>

Esto deja en claro que el impacto de la revaluación no perjudico el flujo de turistas extranjeros a Colombia; el impacto estuvo en el mayor desplazamiento de nacionales hacia el exterior lo que perjudica el turismo domestico, y si se tiene en cuenta que el sector turístico de Colombia tiene un carácter de nuevo y que por eso depende mucho de los visitantes nacionales, el golpe del fenómeno apreciativo perjudica seriamente al sector.

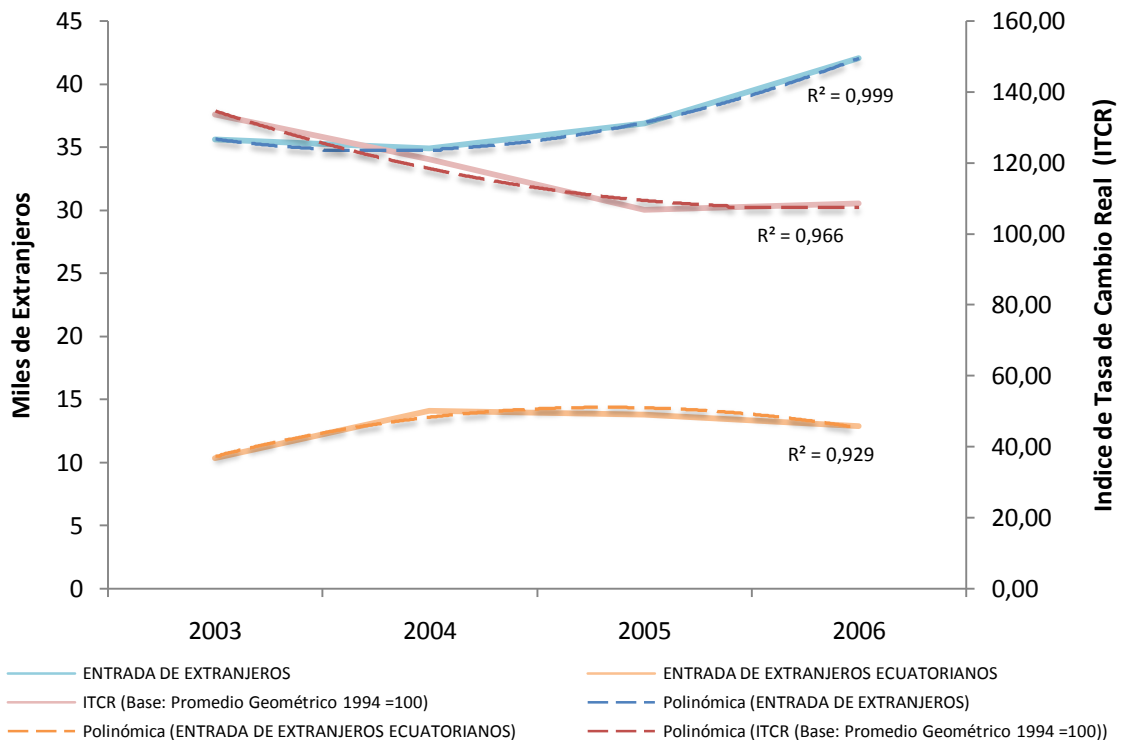
<sup>83</sup> *Ibíd.*, p. 4

## 12.5.2. Turismo en Nariño

Nariño es un departamento que a pesar de contar con 3 aeropuertos, ninguno es de tipo internacional, factor que deriva en que no exista la cuenta de viajes con la que se realizó el estudio de balanza comercial turística para el país.

A razón de esta situación el análisis del impacto de la revaluación en el sector turístico se hará no como se lo realizó a nivel nacional con la cuenta de viajes, sino que se partirá de las estadísticas de extranjeros llegados al país y Nacionales salidos de Colombia por el puente internacional de Rumichaca de Ipiales.

**GRAFICO 24. TOTAL DE VISITANTES Vs ITCR  
2003 - 2006**



FUENTE: Migración Rumichaca (Puente Internacional - Ipiales), Departamento Administrativo de Seguridad "DAS" (seccional Nariño – Putumayo), ECUADOR: Anuario de Migración Internacional – INEC y Banco de la República. Cálculo de los Autores.

El gráfico 24 nos ilustra la dinámica de la entrada de extranjeros a Colombia por Nariño, esto nos deja en claro que el total de visitantes extranjeros que entra a Nariño tiene una dinámica ascendente y lo corrobora su línea de tendencia que tiene una bondad de ajuste de 99%; sin embargo, esto también refleja que la

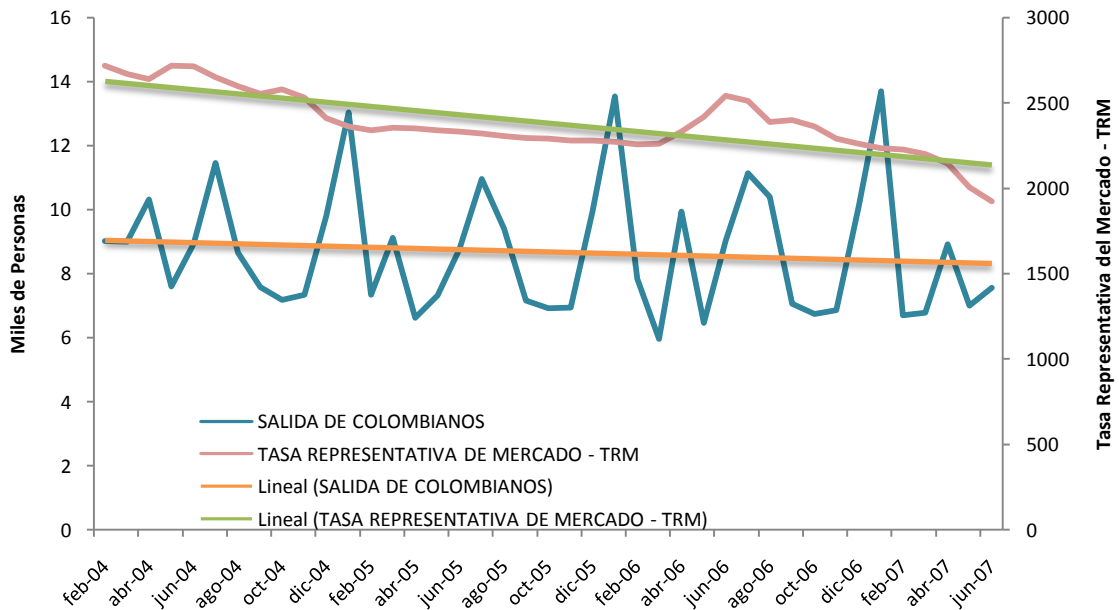
revaluación no ha tenido un impacto sobre el total de visitas al departamento. No obstante, cuando se analiza la tendencia que tiene la entrada de extranjeros ecuatorianos a Colombia se observa que la apreciación del peso colombiano si ha generado una desaceleración en sus llegadas, y esto es lógico si se tiene en cuenta que el turismo ecuatoriano hacia Colombia, a partir de la dolarización ecuatoriana, se incremento y específicamente era un turismo de negocios “informal” basado en el comercio de alimentos, vestuario, electrodomésticos, etc. Por lo tanto una depreciación del dólar significa para el vecino país una perdida en el poder adquisitivo de su moneda en Colombia y por ende menor visita al departamento.

Cabe destacar un factor psicológico religioso de la tendencia turística del visitante ecuatoriano que entra Nariño; cuando él llega al departamento y su principal objetivo es el comercio, una vez realizadas sus actividades y antes de regresar a su país, debe visitar el Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas, al cual le tienen mucha fe.

Por su parte, la salida de colombianos hacia el exterior por el puente internacional de Rumichaca no está atado al fenómeno revaluatorio, por el contrario durante el periodo 2004 – 2007 se observa una disminución en la salida de colombianos hacia el Ecuador. (Grafico 25)

De esta forma se puede hablar de que la revaluación ha tenido su impacto con los turistas ecuatorianos que visitan al Departamento, en este sentido la revaluación ha perjudicado a duramente al sector terciario de la economía, en especial a las ramas referentes a Comercio, Hoteles y Restaurantes, a las vez esto también trae como consecuencia una reducción en los ingresos de muchos almacenes de la frontera.

**GRAFICO 25. SALIDA DE COLOMBIANOS Vs TRM  
2004 - 2007**



FUENTE: Departamento Administrativo de Seguridad "DAS" (seccional Nariño – Putumayo) y Banco de la República. Cálculo de los Autores.

Finalmente se debe establecer que la revaluación del peso colombiano ha traído consecuencias positivas y negativas para la economía de Colombia; si bien ha permitido importar materias primas, maquinaria, y vehículos, también ha perjudicado a los sectores exportadores de la nación, lo cual se traduce en empresas liquidadas y eso finalmente deriva en un mayor desempleo y por ende mayor pobreza. La misma dinámica se observa en el turismo, sector que se caracteriza por su capacidad de generación de empleo por sus diversas alternativas.

En Nariño el turismo se afecta por el fenómeno apreciativo, sin embargo lo más importante para destacar es que la revaluación disminuyó el comercio de la frontera, lo cual finalmente se traducirá en la desaparición de diversos negocios y mayor desempleo.

Es aquí donde nace una gran interrogante de carácter moral en cuanto a la toma de políticas a nivel nacional: ¿Qué tan relevante es mantener una economía cuyo objetivo sea el crecimiento económico y el atraer mayor inversión extranjera, cuando los sectores productivos, basados en las empresas nacionales están desapareciendo dejando mayor desempleo?

## 13. CONCLUSIONES

*“Una gran civilización no es conquistada desde el exterior  
hasta que no se ha destruido ella mismo por dentro”*

**Will Durant – HISTORIADOR -**



Fuente: Oficina Departamental de Turismo – Gobernación de Nariño

La terciarización de la región ha generado la necesidad de dinamizar la economía y de diversificar las oportunidades de redistribución de recursos, sumado a esto la respuesta multicultural y ecologista a la globalización que ha derivado en un incremento de los viajes de corta estancia lo cual ha hecho que hoy por hoy, el turismo sea una importante alternativa de desarrollo para los países y para las regiones. De hecho, durante el desarrollo del documento de investigación se presento esta actividad como la industria de mayor crecimiento económico en el mundo en los últimos años.

Por su parte, la Investigación Regional ha dejado como resultado la comprobación de los objetivos planteados, se observa como el turismo genera un buen impacto en el PIB regional, en el capital de Nariño demuestra una buena generación de empleo y de ingreso, y también demuestra un bajo impacto ambiental. Por estas razones y sin duda alguna, el Departamento necesita un mayor apoyo gubernamental para hacer del turismo un sector líder; tanto los agentes económicos que intervienen en el turismo, como los autores están seguros de que a Nariño le hace falta publicidad y el mejoramiento de la calidad de las vías y de infraestructura portuaria y aeroportuaria para atraer mayor inversión, de lo contrario todas aquellas bellezas naturales derivadas de la situación geoespacial del Departamento, arquitectónicas y culturales de la Región solo serán atractivos para unos pocos y con el tiempo se destruirán como resultado de la falta de empleo y la falta de eficiencia económica.

Nariño tiene básicamente en el agroturismo y el ecoturismo una solución a sus problemas sociales y productivos, no obstante, el turismo religioso y el etnoturismo también son fuentes de redistribución del ingreso para muchas familias durante las épocas de vacaciones.

Lastimosamente el gobierno regional tiene inversiones mínimas destinadas a este sector, dentro del plan plurianual de inversiones para el periodo 2004 – 2007 se observó como dentro del presupuesto se destina para el turismo en el primer año \$100 millones de pesos con incrementos porcentuales de 5 puntos hasta el 2007. Al comparar esta partida con el total de impuestos que paga el turismo se hace evidente la precaria ayuda gubernamental la cual representa el 1,9% del total del recaudo por la tasa impositiva al sector.

Ahora bien, considerando que el Turismo gira alrededor de tres componentes básicos como son: el origen, desplazamiento y destino, este último visto en toda su dimensión, y por eso declarado de gran importancia para el desarrollo de la actividad, es necesario contar con calidad en cada uno de los servicios que compone esta industria, es decir, contar con un sector turístico calificado y dispuesto a moverse dentro de los mínimos estándares de calidad en la prestación del servicio para mejorar la oferta turística. En ese orden de ideas, lastimosamente muchos de los actores no cumplen esos lineamientos, especialmente en el campo del transporte y hotelería, por eso se hace necesario capacitaciones generadas no

solo por el sector privado, sino también por el sector público que debe ser consciente de los recursos que esta actividad le pagaría en forma de impuestos.

En síntesis, el Turismo puede convertirse en una favorable y sólida alternativa para el desarrollo productivo y social de Nariño y así mismo consolidar a la región como un mercado competitivo a nivel nacional e internacional. Sin embargo, para esto es necesario la interacción de todos los actores turísticos, es decir, de hoteles, restaurantes, sector transporte: aéreo, terrestre y marítimo y el sector gubernamental, jugando este último un papel principal a la hora de la planificación y la organización de la Cadena Productiva Turística, pero esta debe consolidarse para todas las regiones debido a que si bien muchos de los municipios del Departamento no pueden ser en el corto plazo sitios para aprovechar dentro de esta industria, para el mediano plazo y como resultado de la obligada dirección política deben ser mejorados y preparados para ingresar dentro del desarrollo de esta actividad porque de lo contrario quedarán sumidos en la pobreza y con la permanente necesidad de satisfacer sus necesidades básicas.

Por tanto, se debe aclarar al lector que esta investigación no tiene como sentido estricto pretender formular modelos que ambicionen por sí solos encontrar respuesta a todas y cada una de las necesidades humanas. Al respecto los Economistas Iván Erazo y Julio Riascos establecen que “la historia ha dejado escritas grandes lecciones que los economistas parecen aún no comprender. El hambre, la miseria y pobreza no son vanos números de un ostentoso modelo econométrico, detrás de las fútiles curvas de micro y macroeconomía no existen abstractos puntos de equilibrio sino personas de carne y hueso”. Es por esta razón que esta investigación debe ser la base de una cadena de investigaciones interdisciplinarias que den la razón a esta primera exploración.

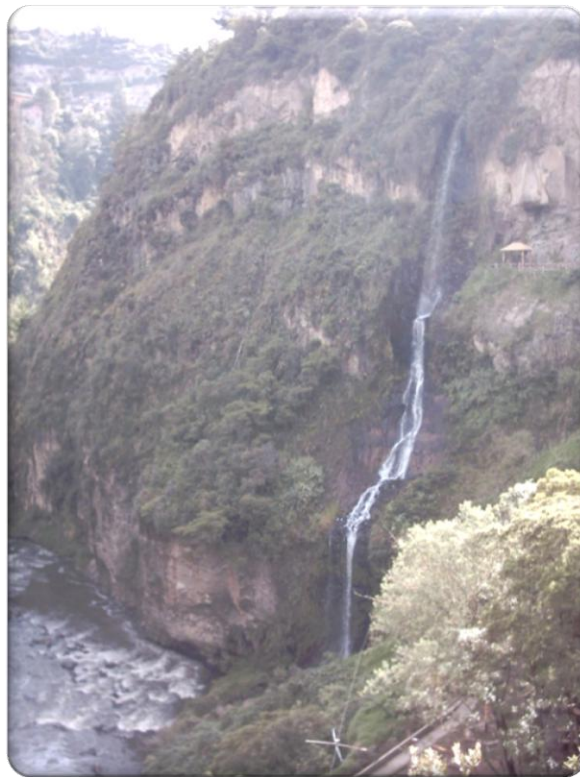
Por último, se espera que la recolección de información estadística sobre la situación de la actividad turística en el desarrollo económico del Departamento de Nariño adelantada en el presente documento, sirva como base de política económica a los futuros Gobernantes Departamentales, como fuente a futuras generaciones, y soporte útil para efectuar análisis económicos y financieros viables para la toma de decisiones en empresas e instituciones privadas.



## 14.ALTERNATIVAS Y RECOMENDACIONES

*“A veces, con la mejor de las teorías,  
puede seguirse la más lamentable de las prácticas”.*

**Rosa Luxemburgo.**



Fuente: Víctor Jaramillo – Diana Narváez.

Antes de iniciar con el planteamiento de la alternativa es necesario aclarar que el lector hasta el momento ya tendrá una visión acerca de la investigación, y por esta razón se hace necesario aclarar que los autores que trabajaron en este proyecto nunca pensaron tener la verdad absoluta y desde el principio se aventuraron a desarrollar una idea que tenga como base el Turismo y que pretenda generar la base para el plan de desarrollo de este sector y cuyos objetivos fueran el bienestar social y económico de Nariño.

Bajo la luz de esta espontaneidad, el lector podrá encontrar una propuesta clara que busque desarrollar el empleo, el PIB regional y cuidar el medio ambiente.

El modelo capitalista es la base del movimiento económico mundial, y por eso lo principal para este sector es la atracción de la inversión privada ya que según la mal llamada receta del desarrollo, el estado debe liberarse de todo compromiso con la economía para poder invertir más en la sociedad y poder generar bienes no atractivos para las empresas privadas. En Colombia el estado no hace ni lo uno, ni lo otro, y por eso el inconformismo de las personas, sin embargo, esta investigación se realizó en base a una economía de mercado y por tanto debe desarrollar una propuesta de las mismas características.

Las características de Nariño hacen de este Departamento un lugar con gran potencial turístico, sin embargo, hasta el momento no han llegado a la región actores económicos que miren en esta actividad un negocio rentable a largo plazo.

Aquí el gobierno debe intervenir apoyando el proceso de desarrollo de infraestructura, el cual facilite el desarrollo de esta actividad. Este es el principal factor para que la Inversión Turística se genere creando empleo, cuidando el medio ambiente y desarrollando otros tipos de negocios turísticos que no existen en la región, sobre este aspecto es necesario aclarar que según la Figura 5 del capítulo 6, Nariño solo tiene un 10% del total de productos turísticos, quedando de esta forma muchas ideas de negocio sin desarrollar en el sector.

No obstante, el estado también debe intervenir en publicidad, no solo a nivel local sino también a nivel mundial por medio de un sitio WEB.

A la vez este planteamiento debe ir de la mano con otro factor principal en el desarrollo que es la Educación. Este factor en muchos países como por ejemplo Japón ha sido de vital importancia para su desarrollo y por eso se plantea que Nariño debe incrementar su cobertura educativa y su calidad para así generar empleos capacitados para desarrollar actividades y no verse sometidos a la explotación por parte del dueño de los medios de producción.

Por tanto, las políticas gubernamentales deben ser la base del desarrollo económico, este planteamiento no involucra la intervención gubernamental en la economía, sino que esboza una política basada en bienes de no mercado como

son la educación como factor de desarrollo de capital humano y el mejoramiento de la infraestructura como factor de atracción de Inversión; la combinación de estos sectores llevarán a generar por un lado mayor productividad que será igual a crecimiento económico y por otro, mayor empleo capacitado y sin explotación.

Sin embargo, antes de empezar a desarrollar el turismo se debe generar un sentido de identidad ante la región en la población, ya que como dijo el Dr. Andrés Zapata “Si usted no cree en lo suyo, otras personas tampoco lo harán, y mucho menos si son de otros Departamentos, y mucho menos si son extranjeros”, adicionalmente se debe trabajar con los actores turísticos regionales para proponerles la asociatividad<sup>84</sup> como forma de protección de sus negocios ante la llegada de la competencia extranjera. Estos dos factores deben ser trabajados mancomunadamente entre el sector público y el sector privado regional.

Cabe expresar como necesidad para futuros estudios del sector en Nariño, que las cámaras de comercio de Ipiales y Tumaco generen estadísticas de empresas, empleos e inversión teniendo como guía los anuarios estadísticos realizados por la Cámara de Comercio de Pasto, los cuales tienen como base de desarrollo la estructura productiva recomendada por la CIU Rev. 3; ya que solo de esta forma se pueden generar informes completos, no sesgados y de un mayor peso a la hora de vincular a las zonas que conforman las jurisdicciones de las cámaras dentro de los planes turísticos ya que estas cifras demuestran las necesidades y las condiciones en que se encuentran los municipios del departamento.

---

<sup>84</sup> Concepto que debe estar ligado directamente a la cooepetencia, pertenencia y pertinencia.

## BIBLIOGRAFÍA

**AGUAYO, Eva; GUISAN, María y RODRÍGUEZ, Xosé.** Impacto de la Industria y el Turismo sobre el Crecimiento Económico de las Regiones Españolas. 2001.

**CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO.** Anuario Estadístico 2001. San Juan de Pasto: Graficolor, 2002.

\_\_\_\_\_. Anuario Estadístico 2002. San Juan de Pasto: Graficolor, 2003.

\_\_\_\_\_. Anuario Estadístico 2003. San Juan de Pasto: Graficolor, 2004.

\_\_\_\_\_. Anuario Estadístico 2004. San Juan de Pasto: Graficolor, 2005.

\_\_\_\_\_. Anuario Estadístico 2005. San Juan de Pasto: Graficolor, 2004.

**CARNER, Françoise.** Transporte y Turismo en Centroamerica y el Caribe. CEPAL. México, 2001.

\_\_\_\_\_. Turismo Sostenible en Centroamerica y el Caribe. CEPAL. México, 2001

**COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE.** Indicadores económicos del turismo [CD-ROM]. Santiago de Chile. Chile.

**COLOMBIA. DANE y BANCO DE LA REPÚBLICA.** Informe de Coyuntura Económica Regional de Nariño. San Juan de Pasto. (Marzo, 2002).

\_\_\_\_\_. Informe de Coyuntura Económica Regional de Nariño. San Juan de Pasto. (Abril, 2003).

\_\_\_\_\_. Informe de Coyuntura Económica Regional de Nariño. San Juan de Pasto. (Marzo, 2004).

\_\_\_\_\_. Informe de Coyuntura Económica Regional de Nariño. San Juan de Pasto. (Abril, 2005).

\_\_\_\_\_. Informe de Coyuntura Económica Regional de Nariño. San Juan de Pasto. (Marzo, 2006).

**DANE.** Colombia una Nación Multicultural – su diversidad étnica. Bogotá D.C., 2006

**DIRVEN**, Martine y **SCHAERER**, Jorge. El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos. CEPAL. 2001

**DORNBUSCH**, Rudiger y **FISCHER**, Stanley. Macroeconomía. 5 ed. Madrid : Mc Graw-Hill, 1993.

**ERAZO**, Iván y **RIASCOS**, Julio. Principales Determinantes del Desempleo en San Juan de Pasto, 1989 – 2002. Trabajo de grado (Economista). Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía.

**FERNÁNDEZ**, Luis. Teoría y Técnica del turismo Tomo I – II. Madrid, 1974

**GUJARATI**, Damodar. Econometría. Bogotá: Mc Graw-Hill, 1984.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFÍA Y ESTADÍSTICA**. Economía do Turismo - Análise das atividades características do turismo 2003 .Rio de Janeiro. Brasil, 2007.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA**. Cuenta Satélite de del Turismo de España: Nota metodológica. Madrid, 2004.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA – SERVICIO NACIONAL TURÍSTICO**. “Turismo Informe Anual 2005”. Santiago. Chile, 2006.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMATIVO – SECRETARÍA DE TURISMO**. Cuenta Satélite de Turismo de México 1999 – 2004. México D.F., México, 2006.

**MACHIN**, María Mercedes. Consideraciones teórico-metodológicas sobre el turismo como factor de desarrollo económico. El turismo de naturaleza. Cuba.

**MALAGON**, Jonathan. Glosario Económico de Colombia. Portafolio. Bogotá D.C., 2006.

**MARTÍNEZ**, Jesús. Pacifico en Llamas - Realidad socioeconómica de la Costa Nariñense. UDENAR. Pasto, 2006.

**MARTÍNEZ**, Jesús y **SABOGAL**, Julián. NARIÑO: REALIDAD Y FUTUROS POSIBLES. Universidad de Nariño. San Juan de Pasto, 2000.

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**. Boletín: Sistema de información turística No. 001. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 002. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 003. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 004. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 005. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 006. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 007. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Boletín: Sistema de información turística No. 008. Bogotá D.C., 2006.

\_\_\_\_\_. Turismo en Colombia: un sector de oportunidades, fortalezas, incentivos y herramientas Institucionales. Bogotá D.C., 2002.

\_\_\_\_\_. Política para el Desarrollo del Ecoturismo, Bogotá D.C., 2003.

**MINISTERIO DE TURISMO.** Boletín de Estadísticas Turísticas 2000 – 2004. Quito. Ecuador, 2005.

**MOJICA,** Francisco José (2000). Visión del Futuro del Mundo y Escenarios de América Latina. Conferencia pronunciada en la Universidad de Guadalajara. México.

**MUÑOZ,** Francisco. El Paradigma Austriaco y El Estudio del Turismo. En Contribuciones a la Economía, 2004.

\_\_\_\_\_. Autopsia del Turismo: El vencimiento de la distancia. Editado por eumed-net; Texto completo en [html://www.eumed.net/cursecon/libreria/](http://www.eumed.net/cursecon/libreria/)

\_\_\_\_\_. ¿Es diferente El Turismo? Editado por eumed-net; Texto completo en [html://www.eumed.net/cursecon/libreria/](http://www.eumed.net/cursecon/libreria/)

**MUÑOZ WILCHES,** Luis. El Nuevo Rol de lo Rural. Seminario Internacional de Desarrollo Rural. Bogotá D.C., 2000.

**SENA.** Caracterización Ocupacional del Sector Turismo. Bogotá D.C., 2006.

**SMITH,** Adam. Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones. 5 ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.** Referencias Básicas sobre Estadísticas de Turismo [CD-ROM]. Madrid, España, 2001.

\_\_\_\_\_. **La cuenta satélite de turismo (CST): comprender el turismo y diseñar estrategias** [CD-ROM]. Iguazú, Argentina/Brasil/Paraguay, 2005.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO; ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO; COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS; NACIONES UNIDAS.** Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre Marco Conceptual, 2001.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO; LA SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO DE ESPAÑA / INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS; EL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE ESPAÑA.** Informe del primer taller latinoamericano de la Cuenta Satélite de turismo: los temas claves, 2002.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, MINISTERIO DE ECONOMÍA DE ESPAÑA (INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS) Y MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES.** Séptimo encuentro Iberoamericano sobre la Medición y el Análisis del Turismo. Cartagena De Indias. Colombia, 2005.

\_\_\_\_\_. Octavo encuentro Iberoamericano sobre la Medición y el Análisis del Turismo. Cartagena De Indias. Colombia, 2006.

**RIVEROS**, Hernando y **BLANCO**, Marvin. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Lima, 2003.

**SANTOS**, Glauber. Modelo gravitacional do turismo: proposta teórica e estudo empírico dos fluxos turísticos no Brasil. Sao Paulo, Brasil, 2004.

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE** (2003). Proyecto educativo: programa de administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS. CENTRO DE ESTUDIOS DE DESARROLLO REGIONAL Y EMPRESARIAL.** Cuentas Económicas de Nariño. 1989-2005p. [CD-ROM]. San Juan de Pasto, 2007.

**VERARDI FIALHO**, Marco Antônio (2000). Turismo Rural y Empleo rural no Agrícola. <http://www.revistainterforum.com/espanol/pdfes/081102Naturalmente.pdf>

**WORLD ECONOMIC FORUM** (2007). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. Geneva. Switzerland.

## NETGRAFÍA

[http://portal.aerocivil.gov.co/portal/page/portal/Aerocivil\\_Portal\\_Internet/estadisticas](http://portal.aerocivil.gov.co/portal/page/portal/Aerocivil_Portal_Internet/estadisticas)

[http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/series\\_externo.htm](http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/series_externo.htm)

[http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/series\\_cam.htm](http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/series_cam.htm)

<http://www.cotelco.org/?q=node/4>

<http://www.dane.gov.co/censo/>

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=33&id=551&Itemid=1053](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=33&id=551&Itemid=1053)

<http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/CONPES/ConpesEcon%C3%B3micos/2004/tabid/678/Default.aspx>

<http://www.eumed.net/libros/turismo.htm>

<http://www.eumed.net/rev/turydes/index.htm>

<http://www.iet.tourspain.es/paginas/CuentaSatelite.aspx?idioma=es-ES&option=otr>

[http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/metadatos/derivada/cst\\_47.asp?c=1493](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/metadatos/derivada/cst_47.asp?c=1493)

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=5896&idcompany=1>

<http://www.revistainterforum.com/espanol/pdfes/081102Naturalmente.pdf>

<http://www.turismocolombia.com/#>

<http://www.unwto.org/estadisticas/assistance/manual.htm>

[http://www.unwto.org/estadisticas/tsa/project/tsa\\_project.htm](http://www.unwto.org/estadisticas/tsa/project/tsa_project.htm)

[http://www.unwto.org/estadisticas/tsa/references/tsa\\_references.htm](http://www.unwto.org/estadisticas/tsa/references/tsa_references.htm)

<http://www.usc.es/economet/inforevistas.htm>



# ANEXOS

## ANEXO A

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMAS ECONOMÍA

### ENCUESTA DIRIGIDA A AGENCIAS DE VIAJES

MUNICIPIO: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_

#### I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. RAZÓN SOCIAL: \_\_\_\_\_
- 1.2. TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO (AÑOS): a. De 0 a 3: \_\_\_\_\_ b. De 4 a 7: \_\_\_\_\_ c. Mas de 7 \_\_\_\_\_
- 1.3. ¿PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJE?
- a. Si: \_\_\_\_\_ Cuales: \_\_\_\_\_
- b. No: \_\_\_\_\_ Por que: \_\_\_\_\_

#### II. OFERTA

- 2.1. CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS:
- a. Viajes y Turismo: \_\_\_\_\_ b. Agencia Mayorista: \_\_\_\_\_
- c. Agencia Operadora: \_\_\_\_\_ d. Reservaciones y Pasajes: \_\_\_\_\_
- 2.2. CUALES SON LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA AGENCIA:
- a. Pasajes Nacionales: \_\_\_\_\_ b. Pasajes Internacionales: \_\_\_\_\_
- c. Excursiones Intradepartamental: \_\_\_\_\_ d. Excursiones Nacionales: \_\_\_\_\_
- e. Excursiones Internacionales: \_\_\_\_\_ f. Otros: \_\_\_\_\_
- Cual: \_\_\_\_\_
- 2.3. CUALES SON LOS LUGARES DEL DEPARTAMENTO QUE PROMOCIONA LA AGENCIA:
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- 2.4. ¿LA AGENCIA REALIZA PAQUETES TURÍSTICOS DENTRO DEL DEPARTAMENTO?
- Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_
- 2.5. ¿PARA LA EJECUCIÓN DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS CON QUE CLASE DE ENTIDADES TIENE VINCULACIÓN?:
- a. Transporte: 1. Aéreo: \_\_\_\_\_ 2. Terrestre: \_\_\_\_\_ 3. Fluvial: \_\_\_\_\_
- b. Alojamiento: 1. Hoteles: \_\_\_\_\_ 2. Residencias: \_\_\_\_\_ 3. Otros: \_\_\_\_\_
- c. Restaurantes: \_\_\_\_\_
- 2.6. PARA QUE ÉPOCA DEL AÑO SE ELABORAN LOS PAQUETES TURÍSTICOS (MES):
- E \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_ J \_\_\_\_\_ J \_\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_ S \_\_\_\_\_ O \_\_\_\_\_ N \_\_\_\_\_ D \_\_\_\_\_

### III. DEMANDA

3.1. ¿QUÉ SITIOS DEL DEPARTAMENTO SON MÁS SOLICITADOS POR LOS TURISTAS?

\_\_\_\_\_

3.2. ¿EN EL 2005 LA AGENCIA RECIBIÓ GRUPOS DE TURISTAS? Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

a. Estos grupos eran: Nacionales: \_\_\_\_\_ Extranjeros: \_\_\_\_\_

b. ¿Numero Promedio de personas que conformaban los grupos?: \_\_\_\_\_

c. PROCEDENCIA:

Nacionales:

Cauca: \_\_\_\_\_

Valle: \_\_\_\_\_

Putumayo: \_\_\_\_\_

Antioquia: \_\_\_\_\_

Bogotá: \_\_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_ Cuales: \_\_\_\_\_

Extranjeros:

Ecuador: \_\_\_\_\_

Venezuela: \_\_\_\_\_

Norteamérica: \_\_\_\_\_

Europa: \_\_\_\_\_

Asia: \_\_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_ Cuales: \_\_\_\_\_

d. ¿Que Lugares del Departamento Visitaron?: \_\_\_\_\_

e. ¿Tiempo Promedio de Pertenencia en el Departamento?: \_\_\_\_\_ (días)

### IV. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

4.1. ¿LA AGENCIA UTILIZA ALGÚN TIPO DE PROMOCIÓN?: Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

4.2. QUE TIPO DE PUBLICIDAD UTILIZA LA AGENCIA:

a. Radio: \_\_\_\_\_ b. Prensa: \_\_\_\_\_ c. Televisión: \_\_\_\_\_ d. Revistas: \_\_\_\_\_ e. Guías Turísticas: \_\_\_\_\_

f. Pancartas: \_\_\_\_\_ g. Otros: \_\_\_\_\_ Cuales: \_\_\_\_\_

### V. SONDEO DE OPINIÓN

5.1. ¿La agencia realiza alguna actividad para incentivar el Turismo hacia Nariño? Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_  
Cuales: \_\_\_\_\_

5.2. ¿Según su experiencia, de que regiones procede el mayor número de visitantes colombianos llegados al Departamento?: \_\_\_\_\_

5.3. ¿De que lugares proceden los turistas extranjeros llegados a Nariño? \_\_\_\_\_

5.4. ¿Cuáles son los obstáculos con que tropieza la Actividad Turística en el Departamento?: \_\_\_\_\_

OSERVACIONES: \_\_\_\_\_

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## ANEXO B

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMAS ECONOMÍA

### ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN DEL DEPARTAMENTO

MUNICIPIO: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_

#### I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. EDAD: \_\_\_\_\_  
1.2. SEXO: \_\_\_\_\_  
1.3. OCUPACIÓN: \_\_\_\_\_  
1.4. INGRESO PROMEDIO MENSUAL: \$ \_\_\_\_\_  
1.5. NIVEL DE EDUCACIÓN: a. Primaria: \_\_\_ b. Secundaria: \_\_\_ c. Superior: \_\_\_ d. ninguna: \_\_\_

#### II. DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- 2.1. ¿VIAJO EN EL TRANCURSO DEL AÑO 2005?: Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_  
2.2. ¿CUANTOS VIAJES HIZO EN EL AÑO? \_\_\_\_\_  
2.3. ¿POR QUÉ MOTIVOS HA SALIDO FUERA DE LA CIUDAD? :  
a. Recreación: \_\_\_\_\_ b. Salud o Descanso: \_\_\_\_\_ c. Por Investigación: \_\_\_\_\_ d. Otros: \_\_\_\_\_  
Cuales: \_\_\_\_\_  
2.4. ¿ÉPOCA EN LA QUE MAS VIAJES REALIZÓ?:  
E \_\_\_ F \_\_\_ M \_\_\_ A \_\_\_ M \_\_\_ J \_\_\_ J \_\_\_ A \_\_\_ S \_\_\_ O \_\_\_ N \_\_\_ D \_\_\_  
2.5. LUGARES HACIA DONDE SE DESPLAZO DENTRO DEL PAÍS:

Lugares destino	Medio de transporte utilizado	Alojamiento	Estadía promedio	Alimentación	Actividad realizada	Gasto por viaje
Cauca						
Valle						
Bogotá						
Costa Atlántica						
Otros						

- 2.6. LUGARES HACIA DONDE SE DESPLAZO DENTRO DEL DEPARTAMENTO:

Lugares destino	Medio de transporte utilizado	Alojamiento	Estadía promedio	Alimentación	Actividad realizada	Gasto por viaje

- 2.7. ¿QUE LUGARES O REGIONES DEL DEPARTAMENTO CONOCE?: \_\_\_\_\_

2.8. ¿QUE REGIONES O SITIOS DEL DEPARTAMENTO LE GUSTARÍA CONOCER Y POR QUE?:

\_\_\_\_\_

2.9. ¿QUE LUGARES O REGIONES FUERA DEL DEPARTAMENTO LE GUSTARÍA CONOCER Y POR QUE?:

\_\_\_\_\_

2.10. ¿HA VIAJADO FUERA DEL PAÍS? : Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

2.11. ¿QUÉ PAÍS(ES) HA VISITADO?:

2.12. ¿ACOSTUMBRA SALIR LOS FINES DE SEMANA?: Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

2.13. ¿SI EN EL TRANCURSO DEL 2005, NO REALIZO TURISMO, FUE POR QUE?:

a. Falta de dinero: \_\_\_\_\_ b. Falta de tiempo: \_\_\_\_\_ c. Falta de motivación: \_\_\_\_\_

a. Mal estado de las vías: \_\_\_\_\_ e. Otros: \_\_\_\_\_ Cuales?: \_\_\_\_\_

### III. TURISMO SOCIAL

3.1. ¿TIENE ACCESO A ALGÚN SITIO TURÍSTICO (O DE RECREACIÓN) DE PROPIEDAD DEL ESTADO?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por que no tiene acceso a ellos?: \_\_\_\_\_

3.2. ¿LA EMPRESA O INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA POSEE ALGÚN SITIO DE RECREACIÓN O ESTA AFILIADO A ALGUNO?:

a. Si: \_\_\_\_\_ Cual: \_\_\_\_\_

b. No: \_\_\_\_\_ Por que: \_\_\_\_\_

3.3. ¿EN QUE ÉPOCA DISPONE DE SUS VACACIONES (MESES)?:

a. ¿Qué actividad realiza en vacaciones?:

1. Viaja: \_\_\_\_\_ 2. Se queda en casa: \_\_\_\_\_ 3. Otros: \_\_\_\_\_ ¿Cual?: \_\_\_\_\_

b. ¿Si viaja, a que lugares?: \_\_\_\_\_

c. ¿Si se queda en casa, por que motivo?: \_\_\_\_\_

### IV. SONDEO DE OPINIÓN

4.1. ¿Según su criterio, cuáles cree que son los obstáculos que le impiden a la población hacer turismo?: \_\_\_\_\_

4.2. ¿Qué cree que le hace falta a la región para que se desarrolle la actividad turística?: \_\_\_\_\_

OSERVACIONES: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## ANEXO C

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONAS O INSTITUCIONES RELACIONADAS  
CON EL TURISMO EN NARIÑO

**OBJETIVO:** Actualmente y como resultado del estudio de competitividad realizado por CONFECAMARAS en el año 2003, Nariño es considerado uno de los departamentos más rezagados a nivel Nacional. Es por esta razón, que se hace importante determinar una alternativa de desarrollo para el Departamento, motivo por el cual nace la iniciativa académica de indagar y recolectar información para establecer las causas que le permitan al Turismo ser una alternativa de desarrollo endógeno para la Región.

**NOTA:** La información suministrada será utilizada con fines académicos exclusivamente.

FECHA: \_\_\_\_\_  
NOMBRE: \_\_\_\_\_  
OCUPACIÓN O CARGO: \_\_\_\_\_  
ENTIDAD A LA QUE PERTENECE: \_\_\_\_\_  
DIRECCIÓN DE LA ENTIDAD: \_\_\_\_\_  
TELÉFONO DE LA ENTIDAD: \_\_\_\_\_  
MUNICIPIO: \_\_\_\_\_

1. ¿Cree usted que el Turismo es una alternativa de desarrollo para el Departamento de Nariño?
2. ¿Qué clases de Turismo se podrían practicar en Nariño?
3. ¿Según su criterio, que clase de turismo es el que debería aprovecharse en mayor grado para desarrollar la Región?
4. ¿Usted cree que el Departamento de Nariño esta preparado para recibir Turistas nacionales y extranjeros?
5. ¿Qué factores deben mejorarse para que Nariño pueda aprovechar su potencial Turístico?

6. ¿Qué le hace falta a Nariño para que sea un atractivo Turístico a Nivel Mundial?
7. ¿Según usted, que factores imposibilitarían el desarrollo de la actividad Turística en el Departamento de Nariño?
8. ¿Cree que estos factores negativos pueden ser superados, y así desarrollar la Industria Turística Regional?
9. ¿Cree usted que el Turismo es una actividad importante dentro del PIB regional?
10. ¿Puede a futuro el Turismo convertirse en la actividad más importante para el Departamento de Nariño?
11. ¿Según usted, el Turismo puede ser una actividad generadora de empleo?
12. ¿Puede el Turismo ayudar a la conservación del medio ambiente?
13. ¿Según su experiencia, que sitios son los mas recomendados dentro del Departamento de Nariño para realizar Turismo?
14. ¿Desea ampliar o comentar algún aspecto adicional?

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

## ANEXO D

### **SOBRE LAS RESTANTES METODOLÓGICAS DE CÁLCULO DEL PRODUCTO DE RESIDENCIAS DE ESTUDIANTES DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO**

**PROCESO MATEMÁTICO:** Se debe extraer el valor del Alquiler de Viviendas Residenciales que se encuentra en el subsector de Alquiler de vivienda perteneciente al sector de establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas; al cual se le aplica un porcentaje de 2,5%, entonces:

$$\textit{Residencias Estudiantiles} = \text{Alquiler de Viviendas Residenciales} * 2,5\%$$

El 2,5% es un valor imputado, utilizado por la metodología a nivel nacional para medir el aporte económico residencial estudiantil en las ciudades universitarias de Colombia. Este valor fue recomendado por asesores del CEDRE – Universidad de Nariño.

Cabe aclarar que el valor de Residencias estudiantiles debe ser calculado para las 12 matrices utilizadas para el manejo de la CST – R a precios corrientes y constantes.



## ANEXO E

### CALCULO DE CIFRAS

El cálculo la CST – R para el año 2006 a precios corrientes y contantes, involucro trabajar con proyecciones matemáticas, las cuales se hicieron con base en los años anteriores y sobre los cuales existen estadísticas.

1. Cálculo de CST – R por productos a precios corrientes, para las matrices de Producción Bruta, Consumo Intermedio, Remuneración al Trabajo, Impuestos Indirectos.

PRODUCTO TURÍSTICO	PRODUCCIÓN BRUTA			CONSUMO INTERMEDIO		
	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)
- Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	$y = 1647x^2 + 6040x + 41730$	1,000	137262,00	$y = 1580x + 13666$	0,997	23146,00
- Residencias de estudiantes	$y = 13,09x^2 + 283,6x + 4021,$	1,000	6193,84	$y = 1,047x^2 + 22,69x + 321,7$	1,000	495,53
- Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	$y = 2328x + 31878$	0,982	45846,00	$y = 1569x + 14554$	0,985	23968
- Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	$y = -191,8x^2 + 14746x + 71809$	0,998	153380,20	$y = -95,84x^2 + 7374x + 35928$	0,998	76721,76
- Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	$y = 22,27x^2 + 725,5x + 17978$	0,997	23132,72	$y = 7,075x^2 + 229,6x + 5085$	0,990	6717,30
- Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	$y = 259,9x^2 + 6755x + 34305$	0,999	84191,40	$y = 69,17x^2 + 3610x + 15945$	0,999	40095,12
- Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	$y = 91,56x^2 - 397,3x + 2802$	0,867	3714,36	$y = 13,54x^2 - 61,04x + 217,6$	0,869	338,80
- Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	$y = 53,74x^2 - 231,9x + 1947,$	0,865	2490,24	$y = 10,11x^3 - 83,15x^2 + 204,0x + 247,4$	0,988	661,76
- Servicios de agencias de viaje	$y = 57,93x^3 - 433,4x^2 + 987,4x + 2264,$	0,997	5098,88	$y = 17,94x^2 - 86,15x + 759,0$	6,930	887,94
- Servicios de explotación de salas de espectáculos	$y = 36,59x + 872,5$	1,000	1092,04	$y = 0,270x^2 + 12,81x + 513,5$	0,987	600,08
- Servicios relacionados con casinos	$y = 18,03x^2 + 348,0x + 6242,$	0,999	8979,08	$y = 9,397x^2 + 55,80x + 1797$	0,994	2470,09
- Servicios de balnearios	$y = 0,275x^2 + 3,052x + 91,37$	1,000	119,58	$y = 1,717x + 44,45$	0,996	54,75

PRODUCTO TURÍSTICO	REMUNERACIÓN AL TRABAJO			IMPUESTOS INDIRECTOS		
	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)
- Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	$y = 1035x + 9165,$	0,999	15375,00	$y = 66,83x + 716,7$	0,999	1117,68
- Residencias de estudiantes			0,00			0,00
- Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	$y = 26,87x^2 + 874,5x + 6849$	0,998	13063,32	$y = 96,78x + 733,0$	0,999	1313,68
- Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	$y = 91,45x^2 + 1480x + 10241$	0,999	22413,20	$y = 1,718x^2 + 91,27x + 572,6$	1,000	1182,068
- Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	$y = 2,546x^2 + 83,12x + 1911,$	0,999	2501,38	$y = -0,042x^2 + 1,047x + 21,27$	0,996	26,04
- Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	$y = 41,32x^2 + 1074x + 5454,$	0,999	13385,52	$y = 3,059x^3 - 27,10x^2 + 190,3x + 497,6$	1,000	1324,544
- Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	$y = 24,38x^2 - 108,8x + 437,1$	0,870	661,98	$y = 5,011x^2 - 22,23x + 112,2$	0,867	159,216
- Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	$y = 8,173x^2 - 29,89x + 958,5$	0,765	1073,39	$y = -3,898x^2 + 18,61x + 78,18$	0,814	49,512
- Servicios de agencias de viaje	$y = 24,17x^2 - 104,4x + 890,4$	0,869	1134,12	$y = 1,606x^2 - 6,866x + 75,26$	0,868	91,88
- Servicios de explotación de salas de espectáculos	$y = 0,119x^2 + 3,407x + 90,96$	0,999	115,69	$y = 0,063x^3 - 0,696x^2 + 4,216x + 62,18$	0,998	76,028
- Servicios relacionados con casinos	$y = 11,60x^2 + 72,52x + 1788,$	0,998	2640,72	$y = -0,021x^3 - 0,206x^2 + 22,26x + 320,9$	0,999	442,508
- Servicios de balnearios	$y = 0,076x^2 + 0,845x + 25,31$	1,000	33,12	$y = -0,002x^2 + 0,256x + 6,532$	0,994	7,996

No se calculan las matrices referentes a Valor Agregado Bruto y Excedente Bruto de Explotación porque según la contabilidad nacional, cada una de estas matrices tienen son el producto de las 4 matrices restantes así:

$$\text{Valor Agregado Bruto} = \text{Producción Bruta} - \text{Consumo Intermedio}$$

$$\text{Excedente Bruto de Explotación} = \text{Valor agregado} - (\text{Remuneración al Trabajo} + \text{Impuestos Indirectos})$$

2. Cálculo de CST – R por productos a precios constantes, para las matrices de Producción Bruta, Consumo Intermedio, Remuneración al Trabajo, Impuestos Indirectos.

PRODUCTO TURÍSTICO	PRODUCCIÓN BRUTA			CONSUMO INTERMEDIO		
	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)
- Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	$y = 1,254x^2 + 75,86x + 5483$	1,000	5983,30	$y = 0,583x^2 + 31,85x + 2190$	1,000	2402,09
- Residencias de estudiantes	$y = 2,636x^2 - 9,671x + 507,0$	0,990	543,87	$y = 0,210x^2 - 0,773x + 40,56$	0,990	43,48
- Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	$y = 7,271x^2 + 150,9x + 4686$	0,997	5853,16	$y = 3,824x^2 + 79,38x + 2465$	0,997	3078,94
- Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	$y = 599,0x + 8450$	0,999	12044,00	$y = -1,831x^3 + 20,85x^2 + 254,0x + 4624$	1,000	6503,10
- Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	$y = -246, \ln(x) + 3457$	0,975	3016,23	$y = 3,351x^2 - 64,86x + 1643$	0,998	1374,48
- Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	$y = -13,56x^2 + 603,5x + 5337,$	0,997	8469,84	$y = -8,150x^2 + 362,7x + 3208$	0,997	5090,80
- Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	$y = -0,207x^3 + 4,503x^2 - 20,99x + 408,3$	0,999	399,76	$y = 0,463x^2 - 2,516x + 40,14$	0,956	41,71
- Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	$y = 1,387x^2 - 11,54x + 257,0$	0,984	237,692	$y = 0,397x^2 - 3,486x + 56,62$	0,995	50,00
- Servicios de agencias de viaje	$y = 2,258x^2 - 19,36x + 428,4$	0,973	393,528	$y = 0,729x^2 - 6,253x + 138,3$	0,973	127,03
- Servicios de explotación de salas de espectáculos	$y = 0,050x^3 - 0,143x^2 - 4,683x + 138,9$	0,999	116,454	$y = 0,073x^3 - 0,449x^2 - 1,827x + 73,88$	0,999	62,52
- Servicios relacionados con casinos	$y = -0,623x^3 + 10,03x^2 - 46,88x + 1043$	0,978	988,232	$y = -0,165x^3 + 2,464x^2 - 11,21x + 250,6$	0,990	236,40
- Servicios de balnearios	$y = 0,046x^2 - 0,621x + 14,16$	0,998	12,09	$y = -0,42 \ln(x) + 6,748$	0,990	6,00

PRODUCTO TURÍSTICO	REMUNERACIÓN AL TRABAJO			EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN		
	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)	ECUACIÓN	R <sup>2</sup>	2006 (Millones \$)
- Servicios de alojamiento en hoteles y moteles	$y = 0,212x^2 + 17,84x + 1452$	1,000	1566,67	$y = 0,026x^2 + 1,995x + 157,5$	1,000	170,41
- Residencias de estudiantes			0,00			0,00
- Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante	$y = -1,708x^3 + 17,04x^2 - 5,595x + 1106$	0,999	1316,94	$y = -0,259x^3 + 2,593x^2 - 0,851x + 168,4$	0,999	200,70
- Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera	$y = 1,512x^2 + 102,9x + 1590,$	0,999	2261,83	$y = 0,121x^2 + 8,257x + 127,6$	0,999	181,50
- Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos	$y = 0,578x^2 - 10,83x + 296,8$	0,999	252,63	$y = 0,009x^2 - 0,172x + 4,711$	0,999	4,00
- Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular	$y = -2,156x^2 + 95,96x + 848,7$	0,997	1398,59	$y = 0,537x^3 - 5,153x^2 + 26,57x + 113,7$	0,999	203,60
- Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros	$y = 1,052x^2 - 5,386x + 58,36$	0,912	63,92	$y = 0,328x^2 - 1,694x + 19,49$	0,917	21,13
- Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial	$y = 1,889x^2 - 17,77x + 150,5$	0,914	111,88	$y = 0,620x^2 - 6,058x + 25,72$	0,858	11,69
- Servicios de agencias de viaje	$y = -0,136x^3 + 1,846x^2 - 8,537x + 120,1$	0,982	105,96	$y = 0,076x^2 - 0,658x + 14,56$	0,973	13,35
- Servicios de explotación de salas de espectáculos	$y = -1,00\ln(x) + 13,64$	0,977	11,85	$y = 0,005x^3 - 0,014x^2 - 0,468x + 13,89$	1,000	11,66
- Servicios relacionados con casinos	$y = -0,184x^3 + 2,959x^2 - 13,66x + 279,7$	0,974	264,52	$y = -1,26\ln(x) + 70,04$	0,994	67,78
- Servicios de balnearios	$y = 0,012x^2 - 0,172x + 3,923$	0,998	3,32	$y = 0,004x^2 - 0,063x + 1,444$	0,998	1,21

Para el cálculo de de Valor Agregado Bruto y Excedente Bruto de Explotación se deben seguir los procedimientos explicados en la parte 1 de este anexo.

Cabe destacar que para la proyección de estas estadísticas se utilizaron los métodos: Lineal, Logarítmico y Polinómico de grado 2 y de grado 3; debido a que por su bondad de ajuste demostraron ser los más eficientes para el análisis.

## ANEXO F

### NARIÑO: VARIABLES DE TURÍSTICAS Y DE EXTRANJERÍA

AÑOS	POBLACIÓN NARIÑO	ENTRADA DE EXTRANJEROS	ENTRADA DE EXTRANJEROS RES. NAT (NACIONALES - EXTRANJEROS)	ECUATORIANOS ENTRADOS POR RUMICHACA	PASO DE VEHÍCULOS CATEGORÍA I Y II POR CASETA DE PEAJE EL PLACER - NARIÑO
2001	1443671	40539	19418	12245	1161363
2002	1443671	36954	17737	11245	1158057
2003	1443671	35600	10988	10318	1246203
2004	1443671	34872	2133	14109	1257887
2005	1498234	36882	7694	13793	1318949
2006	1498234	42057	30842	12900	1379130py

Fuente: DANE -Oficina Parques Nacionales Naturales - Rumichaca (Puente Internacional - Ipiales); Departamento Administrativo de Seguridad "DAS" (seccional Nariño – Putumayo); INVIAS;

Py. Proyectado por los autores basados. Regresión :  $y = 3.733,86(x)^2 + 19.097,06(x) + 1.130.128,20$

## ANEXO G

### COLOMBIA: VARIABLES DE TURÍSTICAS Y DE EXTRANJERÍA

AÑO	ENTRADA DE EXTRANJEROS	PASAJEROS MOVILIZADOS VÍA AÉREA - OPERACIÓN NACIONAL	TOTAL PASAJEROS ARRIBADOS EN CRUCEROS	VOLUMEN DE TRANSITO CARRETERAS NACIONALES	OCUPACIÓN HOTELERA
2001	615700	-	-	90038812	43,2
2002	566761	-	-	91432064	45,2
2003	624909	7437722	42609	104202762	49,1
2004	790940	7690762	49284	105990151	52
2005	933243	7756875	48115	111928189	57
2006	1053360	8343440	50946	120259523	56,4

Fuente: DAS, AEROCIVIL, Dirección general Marítima, DNP, World Travel & Tourism Council, DANE, COTELCO.

## ANEXO H

### COLOMBIA: VARIABLES NOMINALES SOBRE BALANZA COMERCIAL Y BALANZA CAMBIARIA

#### EXPORTACIONES

AÑOS	TOTAL TRADICIONALES (US\$ millions FOB)	CAFÉ (US\$ millions FOB)	CARBÓN (US\$ millions FOB)	PETRÓLEO Y DERIVADOS (US\$ millions FOB)	FERRONÍQUEL (US\$ millions FOB)
2002	5309,83	772,20	990,16	3275,00	272,46
2003	6030,83	809,35	1422,03	3383,22	416,23
2004	7658,57	949,45	1853,73	4227,42	627,97
2005	10365,57	1470,67	2598,19	5558,95	737,76
2006	11809,51	1461,25	2912,97	6328,24	1107,05

Fuente: Banco de la República

AÑOS	(US\$ millions FOB)									
	VIAJES	BANANO	FLORES	ORO NO MONETARIO	ESMERALDAS	TEXTILES Y MANUFAC	QUÍMICOS	PAPEL Y MANUFAC	CUERO Y MANUFAC	ALIMENTOS
2002	966,97	440,6	672,7	94,42	91,73	736,1	1360,7	369,1	152,6	730
2003	893,23	426,05	682,27	588,02	79,68	697,43	1258,55	399,03	161,18	817,87
2004	1058,06	431,96	703,45	560,67	74,17	938,37	1582,43	470,12	188,42	979,75
2005	1217,83	508,12	906,33	516,92	71,98	965,78	1837,62	530,87	204,61	1131,62
2006	1550,26	525,47	967,02	281,22	89,83	1027,21	2095,13	616,04	244,23	1269,43

Fuente: Banco de la República

## IMPORTACIONES

(US\$ millions FOB)										
AÑOS	TRIGO	SORGO Y SOYA	POLIETILENOS	CLORURO DE VINILO	CHAPAS DE ACERO	TUBOS DE ACERO	CENTRALES DE COMÚN.	VEHÍCULOS ENSAM	VEHÍCULOS NO ENSAM	VIAJES
2002	199,77	130,19	110,96	105,83	215,27	58,52	144,84	780,42	63,82	1074,88
2003	201,78	120,96	142,87	137,15	270,45	57,53	150,25	895,69	74,57	1061,62
2004	236,94	134,69	160,76	202,44	493,94	79,24	162,52	1256,41	113,66	1107,65
2005	235,87	101,37	217,16	231,83	631,04	139,39	243,5	1732,59	154,98	1126,58
2006	270,68	99,37	259,29	249,27	635,59	185,99	273,19	2689,17	255,65	1328,54

Fuente: Banco de la República

## VARIABLES CAMBIARIAS

AÑOS	ITCR (Base: Promedio Geométrico 1994 =100)	TRM
2002	120,207368	2507,96
2003	133,681316	2877,79
2004	120,979355	2626,22
2005	106,696472	2320,77
2006	108,551642	2357,98

Fuente: Banco de la República



## ANEXO I

### VARIABLES REALES ECONÓMICAS DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

Millones de pesos de 1990

AÑO	PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)	AGROPECUARIO, SILVICULTURA Y PESCA	INDUSTRIA MANUFACTURERA	COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	ESTABLE FINAN, SEG, INMU Y SS EMPR	SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	VALOR AGREGADO BRUTO DEL TURISMO
2001	495038,22	180199,54	30420,39	77867,41	49206,71	105665,68	16138,56
2002	497690,05	181232,01	33018,26	79785,08	50394,56	99923,79	16662,81
2003	504960,85	184777,56	33803,73	82601,93	52016,21	92815,80	17198,20
2004	558450,38	207315,43	34387,47	86198,85	54521,45	95422,58	17768,26
2005	578233,70	224102,85	34909,41	90590,42	57552,95	107805,29	18395,26

Fuente: CEDRE – Esta Investigación

## ANEXO J

### CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE NARIÑO – PRECIOS CONSTANTES

Millones de pesos de 1990

AÑO	PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO	CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO	VALOR AGREGADO DEL TURISMO	REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO	IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL TURISMO
2001	31523,15	15384,59	16138,56	6093,77	742,03	9302,77
2002	32783,76	16120,95	16662,81	6328,81	769,09	9564,91
2003	34011,44	16813,24	17198,20	6551,49	789,99	9856,73
2004	35295,81	17527,55	17768,26	6801,10	818,43	10148,73
2005	36697,02	18301,76	18395,26	7069,77	850,68	10474,81
2006	38058,15	19016,55	19041,60	7358,11	887,03	10796,46

Fuente: Esta Investigación

## ANEXO K

### CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE NARIÑO – PRECIOS CORRIENTES

Millones de pesos						
AÑO	PRODUCCIÓN BRUTA DEL TURISMO	CONSUMO INTERMEDIO DEL TURISMO	VALOR AGREGADO DEL TURISMO	REMUNERACIÓN AL TRABAJO DEL TURISMO	IMPUESTOS INDIRECTOS DEL TURISMO	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN DEL TURISMO
2001	247862,42	103292,50	144569,92	42434,64	3636,06	98499,21
2002	288570,57	118943,88	169626,69	47599,54	4050,72	117976,43
2003	324476,80	131657,10	192819,69	52826,26	4464,53	135528,90
2004	368312,98	146217,64	222095,33	59083,06	4864,68	158147,60
2005	419343,78	161949,45	257394,33	65519,15	5304,59	186570,59
2006	471500,34	176157,14	295343,21	72397,43	5791,15	217154,63

Fuente: Esta Investigación

## ANEXO L

### SAN JUAN DE PASTO: VISIÓN ECONÓMICA GENERAL

NUMERO DE EMPRESAS						
ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura y Pesca	46	43	53	56	61	66
Explotación de Minas	7	11	9	10	14	15
Industria	742	707	798	855	952	943
Electricidad	12	10	11	9	9	9
Construcción	145	144	137	150	160	163
Comercio	5098	4657	4959	4916	6005	6250
Hoteles y Restaurantes	740	668	816	842	953	1066
Transporte y Telecomunicaciones	208	206	393	495	539	522
Servicios Intermediación Financiera	184	134	124	121	110	102
Actividad Inmobiliaria	558	491	523	633	794	778
Administración Pública y Defensa	24	9	14	3	4	4
Educación	90	90	105	115	131	128
Salud	202	173	184	175	173	196
Otros Servicios	822	742	533	477	473	611
<b>TOTAL</b>	<b>8878</b>	<b>8085</b>	<b>8659</b>	<b>8857</b>	<b>10378</b>	<b>10853</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto

Millones de pesos

**TOTAL ACTIVOS**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑOS					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura y Pesca	606,7	4917,9	3318,8	6585,1	5696,0	6914,5
Explotación de Minas	235,6	1165,4	1350,7	1488,1	1865,0	1082,0
Industria	18860,4	74392,2	78492,8	58994,5	91346,0	74368,2
Electricidad	119730,6	169270,1	227304,4	257976,0	283294,0	270503,0
Construcción	255325,1	382891,8	453536,1	461235,1	460489,0	584574,5
Comercio	118886,5	244648,4	283914,7	315221,0	335906,0	299171,4
Hoteles y Restaurantes	4107,7	11683,0	12523,0	15716,6	17341,0	27818,5
Transporte y Telecomunicaciones	12586,2	79147,1	86533,0	34360,1	32735,0	26215,7
Servicios Intermediación Financiera	689,4	11984,6	16142,3	2635,3	19453,0	26600,7
Actividad Inmobiliaria	6461,7	14106,2	14922,5	21546,1	21011,0	61922,5
Administración Pública y Defensa	96,0	132,1	193,0	130,1	338,0	342,8
Educación	1157,0	1730,2	1969,3	2275,9	2237,0	2775,8
Salud	9377,0	37250,0	44585,3	57424,2	58152,0	45703,5
Otros Servicios	3879,5	6458,1	7258,9	14971,3	12489,0	10135,6
<b>TOTAL</b>	<b>551999,4</b>	<b>1039777,1</b>	<b>1232044,8</b>	<b>1250559,4</b>	<b>1342352,0</b>	<b>1438128,8</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto

<b>EMPLEO</b>						
<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Agricultura y Pesca	109	90	305	182	200	188
Explotación de Minas	43	80	61	63	107	117
Industria	1954	2364	2322	2349	2490	2460
Electricidad	632	861	875	819	817	675
Construcción	5323	5746	596	696	905	832
Comercio	9432	10138	10428	9909	11209	11304
Hoteles y Restaurantes	1419	1574	1899	1830	2036	2365
Transporte y Telecomunicaciones	1046	1291	1599	1582	1309	1242
Servicios Intermediación Financiera	152	200	199	190	249	230
Actividad Inmobiliaria	989	1683	1533	2185	2238	1977
Administración Pública y Defensa	56	35	48	7	9	8
Educación	382	480	500	430	473	497
Salud	548	901	1045	934	741	1100
Otros Servicios	1368	1306	972	1198	1205	1011
<b>TOTAL</b>	<b>23453</b>	<b>26749</b>	<b>22382</b>	<b>22374</b>	<b>23988</b>	<b>24006</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto

## ANEXO M

### DESARROLLO DE SUPUESTOS MODELO EXPLICATIVO 1

---

#### CORRELATION MATRIX

	LOG(Y)	LOG(X)
LOG(Y)	1	0.933491225189194
LOG(X)	0.933491225189194	1

---

El análisis de la matriz de correlación se observa que existe un alto grado de asociación positiva entre las variables del modelo ( $> 0,90$ ); razón por la cual se puede establecer que hay evidencia de multicolinealidad.

#### PRUEBA DE NORMALIDAD JB

---

**Series: Residuals**  
**Sample: 2001 – 2005**  
**Observations: 5**

Jarque – Bera	0.566937
Probability	0.753167

---

Al aplicarse la prueba JB, se encuentra que existe la probabilidad de observar tal estadístico bajo el supuesto de normalidad es de

aproximadamente 75%, en consecuencia no se rechaza la  $H_0$ : de que los términos del error están normalmente distribuidos.

---

**White Heteroskedasticity Test:**

F-statistic	0.178838	Probability	0.700857
Obs*R-squared	0.281295	Probability	0.595854

La prueba White establece que el modelo tiene un 59% de probabilidad de no presentar heterocedasticidad, es decir, con un 59% de confianza se puede afirmar que el supuesto de igual varianza para  $\mu_1$  se cumple.

**Finalmente se puede establecer que el modelo cumple con los supuestos principales demostrados en el capítulo 7 de la presente investigación; pero estas nuevas pruebas dejan percibir que el modelo tiene un alto grado de multicolinealidad derivada de la *micronumerosidad*, se encuentra bajo el supuesto de normalidad y es homocedastico. Bajo este escenario el modelo proporciona una visión general de la economía, se recomienda solo utilizarlo para la predicción; pero no se recomienda utilizarlo para toma de política económica.**



## ANEXO N

### DESARROLLO DE SUPUESTOS MODELO EXPLICATIVO 2

---

#### CORRELATION MATRIX

---

	LOG(Y)	LOG(X)
LOG(Y)	1	0.96285297603953
LOG(X)	0.96285297603953	1

---

La matriz de correlación demuestra un alto grado de asociación positiva entre las variables del modelo ( $> 0,90$ ); razón por la cual se puede establecer que hay evidencia de multicolinealidad.

#### PRUEBA DE NORMALIDAD JB

---

**Series: Residuals**  
**Sample: 2001 – 2006**  
**Observations: 6**

---

Jarque – Bera	0.235451
Probability	0.888940

---

Por su parte la prueba JB, permite observar que la probabilidad de encontrar tal estadístico bajo el supuesto de normalidad es de aproximadamente 89%,

en consecuencia no se rechaza la  $H_0$ : de que los términos del error están normalmente distribuidos.

---

**White Heteroskedasticity Test:**

F-statistic	0.473777	Probability	0.662506
Obs*R-squared	1.440215	Probability	0.486700

La prueba White establece que el modelo tiene un 48% de probabilidad de no presentar heterocedasticidad, es decir, con un 51% de confianza se puede afirmar que el supuesto de igual varianza para  $\mu_1$  no se cumple.

**Finalmente se puede establecer que el modelo cumple con los supuestos principales demostrados en el capítulo 8 de la presente investigación; pero estas nuevas pruebas dejan percibir que el modelo presenta un alto grado de multicolinealidad derivada de la *micronumerosidad*, se encuentra bajo el supuesto de normalidad y es heterocedático. Bajo este escenario el modelo solo proporciona una visión general de la economía, los estimadores pierden sus propiedades MELI porque pueden ser insesgados pero no eficientes. De esta forma el modelo no sirve para predecir, ni para toma de política económica.**

## ANEXO O

### PRINCIPALES PAÍSES EMISORES DE TURISMO HACIA NARIÑO



## ANEXO P

### PRINCIPALES DEPARTAMENTOS DE COLOMBIA EMISORES DE TURISMO HACIA NARIÑO

