

**ANÁLISIS DIAGNÓSTICO PARA EL DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL
CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO**

**KELLY YOHANA BENAVIDES GUERRERO
CAROLINA DEL PILAR SOLARTE SOLARTE**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2006**

**ANÁLISIS DIAGNÓSTICO PARA EL DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL
CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO**

**KELLY YOHANA BENAVIDES GUERRERO
CAROLINA DEL PILAR SOLARTE SOLARTE**

**Trabajo presentado como requisito para optar el título de
Administradoras de Empresas**

Asesor

**RAFAEL WILFRIDO LLERENA SALAZAR
Docente facultad de ciencias económicas y administrativas**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2006**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Jurado: FABIO MEJIA

Jurado: IVAN MARTINEZ

San Juan de Pasto, 1 de Junio de 2006

DEDICATORIA

A Dios, quien con el regalo de la vida y guía constante, me permite hacerle entrega de mi tesis.

A mis padres y hermanos, que con su apoyo y comprensión lograron ser una parte fundamental de este logro.

A Jhon que con su amor y compañía, mantuvo vivo mi interés en el trabajo.

Y Carolina quien trabajo a la par con este sueño que hoy se refleja en el análisis diagnóstico para el diseño organizacional del corredor turístico Ipiales- Tumaco.

KELLY B.

DEDICATORIA

A Dios, mi familia, a mi compañera de tesis y a la Universidad de Nariño por colaborar en el logro de este objetivo.

CAROLINA S.

AGRADECIMIENTOS

PLANEACIÓN DEPARTAMENTAL

VILMA JURADO DE ALVAREZ
Secretaria Planeación
Departamental

OFICINA DEPTAL DE TURISMO

DORIS TORRES
Directora

UNIDAD ESPECIAL DE PARQUES
NATURALES NACIONALES

LUIS CHAMORRO REVELO
Profesional Universitario

CORPONARIÑO IPIALES

LUIS JAVIER MUÑOZ
Coordinador
Centro Ambiental Sur

COTELCO
CAPITULO NARIÑO

DORIS RUANO ZAMBRANO
Directora Ejecutiva

AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL

FRANCO JIMMY TORRES
Gerente

FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN
DE CULTURA Y TURISMO EN NARIÑO

PATRICIA ESPAÑA E.
Directora

ALCALDÍA MUNICIPAL DE IPIALES

JULIO JACOME BENAVIDES
Secretario de gobierno

DIEGO ORTEGA ALMEIDA
Director de Planeación

JESÚS PORTILLA
Asistente en el área de Planeación

JAIME CORAL BUSTOS
Director Casa de la Cultura

ALCALDÍA MUNICIPAL DE ALDANA

ÁLVARO CABRERA TUPAZ.
Alcalde

ALCALDÍA MUNICIPAL DE GUACHUCAL

LUÍS GERARDO PAREDES
Alcalde Encargado

RICARDO ENRÍQUEZ TOVAR
Director de Planeación

CARLOS PÉREZ REVELO
Secretario de desarrollo comunitario

ALCALDÍA MUNICIPAL DE CUMBAL

LUÍS ANÍBAL PUENAYA
Alcalde

GUILLERMO AGUIRRE
Director de Planeación

DIEGO MARÍN TAPIA
Director Casa de la Cultura

ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAPUYES

JESÚS MORA CAICEDO
Alcalde

WEIMAR LÓPEZ MUÑOZ
Director de Planeación

ALCALDÍA MUNICIPAL DE MALLAMA

GERMAN CARLOSAMA
Alcalde

ALCALDÍA MUNICIPAL DE RICAURTE

ROMÁN PORTILLA NATES
Director de Planeación

CARLOS JAVIER GUERRERO
Director Casa de la Cultura

CARLOS ALBERTO ORTIZ
Alcalde

JORGE CITELI CASTRO
Director de Planeación

MARIO MORAN ROSAS
Presidente Junta administrativa
Casa de la Cultura

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	34
1. ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN	35
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	35
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	35
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	35
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	38
1.5 OBJETIVOS	38
1.5.1 OBJETIVO GENERAL	38
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	38
1.6 JUSTIFICACIÓN	39
1.7 COBERTURA DEL ESTUDIO	41
1.7.1 TEMPORAL	41
1.7.2 ESPACIAL	41
1.7.3 VARIABLES	41
1.8 MARCO TEÓRICO	41
1.8.1 TURISMO	41
1.8.2 TURISMO EN COLOMBIA	50
1.8.3 TURISMO EN NARIÑO	54

1.8.4	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES	56
1.8.5	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE ALDANA	57
1.8.6	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE GUACHUCAL	57
1.8.7	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE CUMBAL	58
1.8.8	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SAPUYES	59
1.8.9	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE MALLAMA	60
1.8.10	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE RICAURTE	61
1.8.11	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE BARBACOAS	62
1.8.12	TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO	63
1.8.13	MODELO DE CALIDAD TOTAL DIRECCIONADO AL CLIENTE	64
1.8.14	MODELO DE COMPETITIVIDAD DE PORTER	69
1.9	MARCO LEGAL	71
1.9.1	LEY GENERAL DE TURISMO	71
1.9.2	MARCO INSTITUCIONAL	72
1.9.3	RESOLUCIÓN Y DECRETOS	73
1.10	PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	74
1.10.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	74
1.10.2	MÉTODO	74
1.10.3	FUENTES DE INFORMACIÓN	75
1.10.4	INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	75
1.10.5	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	76
1.10.6	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	76

2. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO	79
2.1 DIAGNÓSTICO INTERNO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CORREDOR	79
2.1.1 AUDITORIA ORGANIZACIONAL DEL CORREDOR TURÍSTICO IPIALES – TUMACO	79
2.1.2 MATRIZ MEFI	136
2.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CORREDOR	141
2.2.1 MACROAMBIENTE EXTERNO DEL CORREDOR TURÍSTICO IPIALES – TUMACO	141
2.2.2 MATRIZ MEFE	205
2.3 DIAGNÓSTICO GENERAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CORREDOR IPIALES – TUMACO	212
2.3.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL CORREDOR TURÍSTICO IPIALES –TUMACO	212
2.3.2 MATRIZ DOFA DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CORREDOR	214
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	215
3.1 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL CORREDOR TURÍSTICO IPIALES – TUMACO	215
3.1.1 PLANEACIÓN	215
3.1.2 ORGANIZACIÓN	216
3.1.3 DIRECCIÓN	221
3.2 PLAN OPERATIVO DE LA CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO	222
3.2.1 OBJETIVOS	222
3.2.2 ESTRATEGIAS	223
3.2.3 PROGRAMAS	224
3.2.4 METAS	225

3.3 MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y CONTROL	225
3.3.1 CONTROL POR ÁREAS DE LA CORPORACIÓN	225
3.3.2 CONTROL DEL CORREDOR TURÍSTICO POR VARIABLES DE COMPETITIVIDAD	226
<u>4. CONCLUSIONES</u>	<u>229</u>
<u>5. RECOMENDACIONES</u>	<u>231</u>
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	<u>233</u>
<u>NETGRAFÍA</u>	<u>236</u>
<u>ANEXOS</u>	<u>238</u>

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1 Años de funcionamiento de los establecimientos	93
Tabla 2 Establecimientos que funcionan desde hace cinco años	94
Tabla 3 Capacidad física (# de sillas) de los restaurantes	94
Tabla 4 Capacidad física (camas) de los hoteles	95
Tabla 5 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en restaurantes	96
Tabla 6 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en hoteles	97
Tabla 7 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en restaurantes	98
Tabla 8 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en hoteles	99
Tabla 9 Día de la semana con mayor afluencia de clientes en los establecimientos	99
Tabla 10 Temporada del año con mayor afluencia de clientes en los establecimientos	100
Tabla 11 Orden de afluencia de los clientes según su procedencia	101
Tabla 12 Factores que se tienen en cuenta a la hora de contratación del personal en los establecimientos	102
Tabla 13 Conocimiento acerca de higiene y seguridad industrial	103
Tabla 14 Normas de higiene y seguridad industrial que se aplican en los establecimientos	104

Tabla 15 Utilización del buzón de sugerencias para los clientes	104
Tabla 16 Criterios que se tienen en cuenta para mejorar el servicio de los establecimientos	105
Tabla 17 Utilización de políticas de calidad y servicio al cliente	106
Tabla 18 Políticas de calidad y servicio al cliente aplicadas en los establecimientos	107
Tabla 19 Composición de clientes en porcentaje según su actividad turística y laboral	107
Tabla 20 Establecimientos que utilizan promoción	108
Tabla 21 Medios promocionales utilizados por los establecimientos	109
Tabla 22 Estado de conservación de las vías de acceso a los establecimientos	110
Tabla 23 Establecimientos asociados con otras empresas	110
Tabla 24 Tipo de empresas asociadas a los establecimientos	111
Tabla 25 Cargo del encuestado de las agencias de viaje	145
Tabla 26 Primer criterio de escogencia de un destino turístico	146
Tabla 27 Segundo criterio de escogencia de un destino turístico	147
Tabla 28 Tercer criterio de escogencia de un destino turístico	148
Tabla 29 Tiene planes que incluyan destinos en Nariño	148
Tabla 30 Destinos incluidos en los planes turísticos	149
Tabla 31 Servicios turísticos ofrecidos en los planes	150
Tabla 32 Evaluación santuario de nuestra señora de Las Lajas	151
Tabla 33 Evaluación puente internacional de Rumichaca	152
Tabla 34 Evaluación museo del oro de Ipiales	153
Tabla 35 Evaluación casa de la cultura de Ipiales	154

Tabla 36 Evaluación hospital civil de Ipiales	154
Tabla 37 Evaluación patinódromo Diego Rosero	155
Tabla 38 Evaluación volcán nevado de Chiles	155
Tabla 39 Evaluación laguna de Cumbal	156
Tabla 40 Evaluación nevado de Cumbal	156
Tabla 41 Evaluación volcán Azufra	157
Tabla 42 Evaluación cerro Gualcalá	158
Tabla 43 Evaluación reserva natural La Planada	158
Tabla 44 Evaluación reserva natural Rio Ñambí	159
Tabla 45 Evaluación reserva natural Biotopo	160
Tabla 46 Evaluación playa El Morro	160
Tabla 47 Evaluación playa Bocagrande	161
Tabla 48 Medios utilizados para promocionar los destinos del departamento	162
Tabla 49 Factores que limitan la creación de planes turísticos en Nariño	163
Tabla 50 Nivel académico de los expertos en marketing Turístico	163
Tabla 51 Principal criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado	164
Tabla 52 Segundo criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado	165
Tabla 53 Tercer criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado	166
Tabla 54 Evaluación de la atención al cliente en el departamento de Nariño	166
Tabla 55 Evaluación de la seguridad en el departamento de Nariño	167
Tabla 56 Evaluación de los paisajes del departamento de Nariño	168

Tabla 57 Evaluación de las festividades y eventos en el departamento de Nariño	168
Tabla 58 Evaluación de los costos en el departamento de Nariño	169
Tabla 59 Evaluación de la infraestructura vial del departamento de Nariño	169
Tabla 60 Evaluación de la agremiación de empresas relacionadas al turismo en el departamento de Nariño	170
Tabla 61 Evaluación de la planta física en el departamento de Nariño	171
Tabla 62 Evaluación de los centros recreacionales del departamento de Nariño	171
Tabla 63 Evaluación de los medios de transporte en el departamento de Nariño	172
Tabla 64 Conoce el municipio de Ipiales	173
Tabla 65 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ipiales	173
Tabla 66 Conoce el municipio de Aldana	174
Tabla 67 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Aldana	175
Tabla 68 Conoce el municipio de Guachucal	175
Tabla 69 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Guachucal	176
Tabla 70 Conoce el municipio de Cumbal	177
Tabla 71 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Cumbal	177
Tabla 72 Conoce el municipio de Sapuyes	178
Tabla 73 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Sapuyes	179
Tabla 74 Conoce el municipio de Mallama	179
Tabla 75 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Mallama	180
Tabla 76 Conoce el municipio de Ricaurte	181

Tabla 77 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ricaurte	181
Tabla 78 Conoce el municipio de Barbacoas	182
Tabla 79 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Barbacoas	183
Tabla 80 Conoce el municipio de Tumaco	183
Tabla 81 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Tumaco	184
Tabla 82 Nichos que eligen el corredor Ipiales – Tumaco	185
Tabla 83 Medios que se pueden utilizar para promocionar los atractivos turísticos del corredor Ipiales – Tumaco	185
Tabla 84 Asociatividad entre las empresas relacionadas con el sector turístico en el departamento de Nariño	186
Tabla 85 Razones por las cuales las empresas relacionadas con el turismo no se asocian	187
Tabla 86 Principal región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza	188
Tabla 87 Segunda región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza	188
Tabla 88 Evaluación de la organización turística en Nariño	189

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1 Años de funcionamiento de los establecimientos	93
Figura 2 Establecimientos que funcionan desde hace cinco años	94
Figura 3 Capacidad física (# de sillas) de los restaurantes	95
Figura 4 Capacidad física (camas) de los hoteles	95
Figura 5 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en restaurantes	96
Figura 6 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en hoteles	97
Figura 7 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en restaurantes	98
Figura 8 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en hoteles	99
Figura 9 Día de la semana con mayor afluencia de clientes en los establecimientos	100
Figura 10 Temporada del año con mayor afluencia de clientes en los establecimientos	101
Figura 11 Orden de afluencia de los clientes según su procedencia	102
Figura 12 Factores que se tienen en cuenta a la hora de contratación del personal en los establecimientos	103
Figura 13 Conocimiento acerca de higiene y seguridad industrial	103
Figura 14 Normas de higiene y seguridad industrial que se aplican en los establecimientos	104
Figura 15 Utilización del buzón de sugerencias para los clientes	105

Figura 16 Criterios que se tienen en cuenta para mejorar el servicio de los establecimientos	106
Figura 17 Utilización de políticas de calidad y servicio al cliente	107
Figura 18 Políticas de calidad y servicio al cliente aplicadas en los establecimientos	108
Figura 19 Composición de clientes en porcentaje según su actividad turística y laboral	108
Figura 20 Establecimientos que utilizan promoción	109
Figura 21 Medios promocionales utilizados por los establecimientos	110
Figura 22 Estado de conservación de las vías de acceso a los establecimientos	110
Figura 23 Establecimientos asociados con otras empresas	111
Figura 24 Tipo de empresas asociadas a los establecimientos	111
Figura 25 Cargo del encuestado	145
Figura 26 Primer criterio de escogencia de un destino turístico	146
Figura 27 Segundo criterio de escogencia de un destino turístico	147
Figura 28 Tercer criterio de escogencia de un destino turístico	148
Figura 29 Tiene planes que incluyan destinos en Nariño	149
Figura 30 Destinos incluidos en los planes turísticos	150
Figura 31 Servicios turísticos ofrecidos en los planes	151
Figura 32 Evaluación santuario de nuestra señora de Las Lajas	151
Figura 33 Evaluación puente internacional de Rumichaca	152
Figura 34 Evaluación museo del oro de Ipiales	153
Figura 35 Evaluación casa de la cultura de Ipiales	154

Figura 36 Evaluación hospital civil de Ipiales	155
Figura 37 Evaluación patinódromo Diego Rosero	155
Figura 38 Evaluación volcán nevado de Chiles	156
Figura 39 Evaluación laguna de Cumbal	156
Figura 40 Evaluación nevado de Cumbal	157
Figura 41 Evaluación volcán Azufral	157
Figura 42 Evaluación cerro de Gualcalá	158
Figura 43 Evaluación reserva natural la Planada	159
Figura 44 Evaluación reserva natural Rio Ñambí	159
Figura 45 Evaluación reserva natural Biotopo	160
Figura 46 Evaluación playa el Morro	161
Figura 47 Evaluación playa Bocagrande	161
Figura 48 Medios utilizados para promocionar los destinos del departamento	162
Figura 49 Factores que limitan la creación de planes turísticos en Nariño	163
Figura 50 Nivel académico de los expertos en marketing turístico	164
Figura 51 Principal criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado	164
Figura 52 Segundo criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado	165
Figura 53 Tercer criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado	166
Figura 54 Evaluación de la atención al cliente en el departamento de Nariño	167
Figura 55 Evaluación de la seguridad en el departamento de Nariño	167
Figura 56 Evaluación de los paisajes del departamento de Nariño	168

Figura 57 Evaluación de las festividades y eventos en el departamento de Nariño	168
Figura 58 Evaluación de los costos en el departamento de Nariño	169
Figura 59 Evaluación de la infraestructura vial del departamento de Nariño	170
Figura 60 Evaluación de la agremiación de empresas relacionadas al turismo en el departamento de Nariño	170
Figura 61 Evaluación de la planta física en el departamento De Nariño	171
Figura 62 Evaluación de los centros recreacionales del departamento de Nariño	172
Figura 63 Evaluación de los medios de transporte en el departamento de Nariño	172
Figura 64 Conoce el municipio de Ipiales	173
Figura 65 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ipiales	174
Figura 66 Conoce el municipio de Aldana	174
Figura 67 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Aldana	175
Figura 68 Conoce el municipio de Guachucal	176
Figura 69 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Guachucal	176
Figura 70 Conoce el municipio de Cumbal	177
Figura 71 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Cumbal	178
Figura 72 Conoce el municipio de Sapuyes	178
Figura 73 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Sapuyes	179
Figura 74 Conoce el municipio de Mallama	180
Figura 75 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Mallama	180

Figura 76 Conoce el municipio de Ricaurte	181
Figura 77 tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ricaurte	182
Figura 78 Conoce el municipio de Barbacoas	182
Figura 79 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Barbacoas	183
Figura 80 Conoce el municipio de Tumaco	184
Figura 81 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Tumaco	184
Figura 82 Nichos que eligen el corredor Ipiales – Tumaco	185
Figura 83 Medios que se pueden utilizar para promocionar los atractivos turísticos del corredor Ipiales – Tumaco	186
Figura 84 Asociatividad entre las empresas relacionadas con el sector turístico en el departamento de Nariño	186
Figura 85 Razones por las cuales las empresas relacionadas con el turismo no se asocian	187
Figura 86 Principal región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza	188
Figura 87 Segunda región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza	189
Figura 88 Evaluación de la organización turística En Nariño	189

LISTA DE MATRICES

	pág.
Matriz 1 Matriz de evaluación integrada interna	133
Matriz 2 Guía de análisis del ambiente interno	136
Matriz 3 Matriz de evaluación de factores internos	137
Matriz 4 Matriz del análisis competitivo	198
Matriz 5 Matriz de evaluación integrada del entorno	202
Matriz 6 Guía de análisis del macroambiente externo	206
Matriz 7 Matriz de evaluación de variables externas	207
Matriz 8 Matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas	210

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo 1 Lugares seleccionados para ecoturismo en Nariño	234
Anexo 2 Manifestaciones artísticas del municipio de Guachucal	234
Anexo 3 Formato entrevista dirigida a secretaría de planeación departamental	235
Anexo 4 Formato entrevista dirigida a entidades promotoras de turismo	235
Anexo 5 Formato entrevista dirigida a entidades ambientales	236
Anexo 6 Formato entrevista dirigida a entidades gremiales	236
Anexo 7 Formato entrevista dirigida a alcaldías municipales	237
Anexo 8 Formato entrevista dirigida a secretarías municipales de planeación	237
Anexo 9 Formato entrevista dirigida a casas de cultura municipal	238
Anexo 10 Formato de encuestas dirigidas a establecimientos	239
Anexo 11 Formato de encuesta dirigida a agencias de viaje	240
Anexo 12 Formato de encuesta dirigida a expertos	241
Anexo 13 Categorización atractivos turísticos del corredor Ipiales-Tumaco	242
Anexo 14 Estrategias dirigidas a la corporación corredor turístico Ipiales-Tumaco	270
Anexo 15 Estrategias dirigidas al mercado turístico	271
Anexo 16 Base de datos de hoteles y restaurantes de los municipios del corredor Ipiales – Tumaco	274
Anexo 17 Base de datos de las agencias de viaje de la ciudad de Ipiales, Tumaco y San Juan de Pasto	278

GLOSARIO

- **ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS:** Son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.
- **ACTIVIDAD TURÍSTICA:** Se puede definir como el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que por diferentes motivos visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos. Conjunto de actividades económicas, sociales, culturales y ambientales relacionados con la promoción fomento, construcción, comercialización y operación de proyectos de infraestructura turística.
- **ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL, TQM (TOTAL QUALITY MANAGEMENT):** sistema administrativo basado en el enfoque total de sistemas, que permite a una organización el desarrollo de una cultura de mejoramiento continuo para el cumplimiento de su misión.
- **ATRATIVOS TURÍSTICOS:** Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista.
- **BIENES CULTURALES:** Este término lo podemos entender como el aporte que haya tenido para una sociedad determinada: un objeto, un inmueble, un sitio o una tradición en su correspondiente momento histórico. Son aquellas realizaciones tangibles o intangibles de una comunidad.
- **BIENES TURÍSTICOS:** Atractivos ó recursos turísticos, materia prima del turismo; se clasifican en: naturales (ríos, playas, etc.) y creados (iglesias, museos, etc.).
- **CAPACITACIÓN TURÍSTICA:** Actividad que tiene por objeto la formación profesional a distintos niveles del recurso humano que atenderá tanto a los visitantes, como a los residentes que utilizan los servicios turísticos.
- **CENTRO TURÍSTICO:** Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su propio radio de influencia (hora y media de tiempo de distancia), con atractivos y planta turística suficiente como para motivar un viaje turístico. Cuenta con facilidades de alojamiento, alimentación, recreación, y esparcimiento; información, comercios turísticos, agencias de viaje, automóviles de alquiler, telecomunicaciones, etc.

- **CIRCUITO TURÍSTICO:** Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido.
- **COMPLEJO TURÍSTICO:** Superficie variable de territorio que reúne las siguientes condiciones: Contiene atractivos turísticos cuya visita consume al menos tres días; y Contiene como mínimo un centro urbano.
- **COMPETITIVIDAD:** Capacidad de una entidad productora de bienes o servicios de capturar cuotas en los mercados de exportación, sobre la base de precios, calidad y oportunidad, en la cual cobra una relevancia especial la innovación tecnológica.
- **CONCIENCIA TURÍSTICA:** Se la puede definir como el conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar, tanto frente a sus atractivos y recursos, como en los viajeros o turistas que los visitan.
- **CORREDOR TURÍSTICO:** Línea de unión entre áreas, polos, zonas, complejos, núcleos o atractivos o puertos de destino, que sirven para el traslado de unos a otros por rutas seleccionadas entre aquellas que cuentan con una mayor distribución lineal de atractivos ubicados sobre las mismas o fácilmente conectados a ellas y que puedan ser visitados a lo largo del proyecto.
- **CULTURA DE CALIDAD:** Es el conjunto de valores y hábitos que, complementados con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el actuar diario, permite a los miembros de una organización contribuir a que ésta pueda afrontar los retos que se le presenten en el cumplimiento de su misión.
- **DEMANDA TURÍSTICA:** Conjunto de necesidades que requiere el turista durante su desplazamiento y en el lugar de su estancia.
- **DESPLIEGUE DE POLÍTICAS:** Procedimiento utilizado para fijar objetivos o metas en todos los procesos y micro procesos de la cadena de valor, que podrán ser cumplidas mediante la planeación y ejecución de las actividades y proyectos de mejoramiento apropiados. El cumplimiento de las políticas de calidad y las metas trazadas harán que todos los esfuerzos estratégicos se conviertan en valor para el cliente.
- **ESTRUCTURA TURÍSTICA:** Conjunto de instalaciones que prestan servicios al viajero o al turista: transporte, alojamiento, alimentación y servicios, recreación y esparcimiento.

- **GUÍA TURÍSTICA:** Expresión que designa a los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información de atractivos, histórica, artística, y de servicios de un lugar.
- **GUÍA TURÍSTICO:** Persona con profundos conocimientos sobre patrimonio, atractivos y servicios turísticos, facultada para conducir visitantes a lugares específicos, detallando los aspectos mas importantes de los mismos así como a prestar asistencia de diversa índole a los mismos. Por lo general los guías de turismo, hablan además de idiomas nativos, uno o mas idiomas.
- **INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA:** Elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable, alcantarillado, salud, higiene, puertos, terminal de transporte, automóviles, talleres, señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos, etc.
- **MERCADEO TURÍSTICO:** Conjunto de técnicas y acciones relativas a la transferencia y venta de servicios turísticos del productor al consumidor del producto turístico.
- **MERCADO TURÍSTICO:** El termino mercado esta relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.
- **OFERTA TURÍSTICA:** Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje...) y tangibles (atractivos naturales o creados)y servicios turísticos (hoteles, restaurantes, recreación...), ofrecidos efectivamente al turista.
- **PATRIMONIO TURÍSTICO:** Conjunto de bienes libres por lo general, y no apreciable en dinero, pertenecientes a una comunidad determinada, los cuales por estar en un espacio concreto, pueden producir una utilidad económica al ser empleados en actividades turísticas.
- **POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO:** Es un proceso en el que la misión define qué somos como organización, la medición de su cumplimiento permite conocer cómo estamos, la visión marca el rumbo hacia donde deseamos estar y los valores corporativos imponen límites en ese camino.
- **PRODUCTO TURÍSTICO:** Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario

para que el individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

- **PROMOCIÓN TURÍSTICA:** Producto de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo en un país, región o localidad para incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino particularmente turísticas.
- **REALIZACIONES CONTEMPORÁNEAS:** Aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales como las construcciones arquitectónicas civiles, religiosas, militares, funerarias y la arquitectura de una ciudad.
- **RECURSOS TURÍSTICOS:** Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.
- **SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA:** Área destinada a preservar especies o comunidades vegetales para conservar recursos genéticos.
- **SISTEMA DE CALIDAD TOTAL:** Se define como la estructura de trabajo a todo lo ancho de la organización, documentada efectivamente, integrada con procedimientos técnicos y administrativos, para guiar y coordinar las acciones de la gente, las máquinas y la información de la compañía con los mejores y más prácticos métodos para asegurar la satisfacción de los clientes mediante calidad y bajo costo.
- **SITIOS NATURALES:** Son los accidentes geográficos de interés para el turismo.
- **TOUR:** Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.
- **VALORES TURÍSTICOS:** Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.
- **VENTAJA COMPETITIVA:** Suelen denominarse así a las ventajas comparativas que no provienen de la dotación específica de recursos naturales de un país o de otros factores semejantes, sino de las habilidades y la tecnología que se incorporan a los procesos productivos.

RESUMEN ANALÍTICO

Análisis diagnóstico para el corredor turístico Ipiales – Tumaco, es un estudio encaminado a identificar el verdadero potencial turístico que poseen los municipios de Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades que la caracterizan y las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta.

El presente trabajo presenta como primera parte los elementos utilizados para la investigación, así como un marco teórico y legal que busquen fundamentar el estudio. Como segunda parte se hace el análisis diagnóstico a partir de la información recopilada, lo cual permita realizar el análisis interno y externo del sector turístico del corredor.

Como tercer capítulo se recomienda mediante un estudio administrativo realizado al sector turístico del corredor, la creación de un ente que organice los recursos turísticos de la zona y realice programas que fomenten el turismo a nivel regional, nacional e internacional; para la ejecución de dicho ente, se diseñó un plan operativo y unos mecanismos de control, que permita el cumplimiento de su objeto económico; además se realizó un esquema de control para el corredor turístico, de manera que se pueda medir el impacto socio - económico de este proyecto.

Al final del trabajo se presentan algunas conclusiones y recomendaciones que surgieron a partir de la presente investigación y de las cuales es menester del sector público y privado tanto del departamento como de los municipios objeto de estudio, el tomarlo y adaptarlo a los intereses de la comunidad.

ABSTRACT

Diagnostic analysis for the Ipiales – Tumaco corridor is a study focuses on identifying the real tourist potential that Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas and Tumaco have. It is taken into account fortresses and debilities, as well as the opportunities and menaces present in it.

The present work shows as a first part, the elements used in the research, as well as a theoretical and legal part which looks for supporting this study. A diagnostic analysis is done, as a second part, from collected information with the goal to do an internal and external analysis of the tourist corridor.

The creation of an entity which could organize the region tourist resources and do programs focusing on promoting tourism in regional, national and international sectors is suggested like a third part. This entity creation has to be resulted from an administrative study done in the tourist corridor sector. An operative plan and some control mechanisms were designed to put in action this entity and to reach the economical object; besides, a control scheme to tourist corridor was made to measure social and economical impact of this project.

Some conclusions and recommendations resulted from present research were shown at the end of the work. These ones have to be taken and adapted in according to community's interests by public and private sector.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se ha generado a nivel mundial un interés especial en la industria de la recreación y el entretenimiento, constituyéndose así en la actualidad en el sector que jalona grandes proyectos de inversión. La actividad turística además de facilitar el recreo, paseo, conocimiento y diversión de los viajeros permite la integración y desarrollo de sectores como el de transporte, de restaurantes, hotelero, comercio y cultural, permitiendo generar bienestar integral a la población en general.

El departamento de Nariño desde hace algún tiempo ha venido adelantando diversos proyectos en la rama del turismo mediante diferentes entes del orden regional encargados de diseñar planes que permitan el aprovechamiento turístico de los diferentes recursos que posee el departamento; es así como el análisis diagnóstico para el diseño organizacional del corredor turístico Ipiales-Tumaco, se constituye en una fuente de información que ofrece a los municipios en mención la oportunidad de trazar planes de inversión que permitan el disfrute de las ventajas que comprende la actividad turística para la región como el aprovechamiento de los recursos naturales hacia la generación de desarrollo socio económico de cada uno de estos.

La presente investigación comprenderá en su parte introductoria una visión general de lo que se pretende con el proyecto; en segunda instancia la información recolectada mediante la realización de entrevistas a profundidad y encuestas, lo cual será el punto de partida para la elaboración del diagnóstico situacional, así también se tendrá en cuenta la observación minuciosa de los sitios que forman parte del objeto de la investigación. Una vez obtenida dicha información, se procederá a realizar el análisis de la misma, para luego formular un estudio de competitividad y el diseño de un ente encargado de organizar el sector turístico de tales municipios con su respectivo plan operativo y mecanismos de coordinación y control, que permitan medir los avances del sector en la región.

Los resultados obtenidos en la investigación serán una contribución al avance de los sectores empresariales que están estrechamente ligados con la actividad turística y se constituye en una guía que compromete a los entes gubernamentales y no gubernamentales a apoyar mediante iniciativas y proyectos el desarrollo turístico del departamento.

1. ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El corredor Ipiales – Tumaco, denota un desconocimiento real de su potencial turístico que permita el aprovechamiento de sus atractivos y se constituya en una alternativa de desarrollo local.

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El proyecto esta direccionado hacia el aprovechamiento de los recursos naturales que posee el departamento, mediante un enfoque que permita a la región el desarrollo de una cultura de calidad en la prestación de los servicios, tomando como fuente de estudio el alto potencial turístico como lo es el corredor Ipiales – Tumaco, puesto que se asegura la entrada tanto de visitantes del interior del país como del vecino país del Ecuador tomando como destino final del recorrido, una costa apetecida por su belleza paisajística y su clima tan acogedor como lo es Tumaco.

Es así como en los municipios de Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco, se pueden aprovechar la cantidad de viajeros que las transitan para beneficiar a los sectores: transporte, restaurantes, hoteles, comercio y turismo, lo cual le representen importantes ingresos a cada uno de los municipios.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La constante evolución de las economías y la competencia reflejada en los mercados mundiales, exigen la creación de nuevas opciones de trabajo, la cual provea a la sociedad de una fuente de desarrollo financiero como social; Es así como, desde hace varios años se ha reconocido al sector turístico como una alternativa que puede generar en una región un importante incremento en sus ingresos.

Al igual que en el resto del mundo, Colombia a estado inmersa en esta tendencia, ya que desde hace algunos años se han venido diseñando diversos proyectos en la rama del turismo, porque además de crear condiciones ventajosas para quienes lo explotan económicamente, esta contribuyendo al desarrollo económico y socio cultural del país y a su vez al sano esparcimiento de la sociedad en general.

Aunque en el año 2000, el turismo se desenvuelve en un entorno de crisis económica y sobre todo de inseguridad ciudadana, con lo que el doméstico se contrajo hasta casi su total desaparición, arrastrando a la crisis a muchas empresas turísticas. Colombia es un país de grandes riquezas naturales y culturales susceptibles de convertirse en atractivos turísticos, y se estima que este sector, que representa un 2% de su PIB podría crecer hasta un 9% si mejorara la situación del país.¹ Para el año 2003, el sector no fue ajeno a la tendencia de reactivación de la economía, y a esto se suma el aporte significativo que ha tenido para esta actividad tanto la Política de Seguridad Democrática y las Caravanas, como el esfuerzo del Gobierno y de los empresarios para mejorar la competitividad. Dentro de las principales causas del positivo comportamiento del sector se puede mencionar una mayor oferta y competitividad de la infraestructura hotelera urbana y rural; diversificación de productos turísticos; auge del turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura (parques temáticos); consolidación del turismo de sol y playa; recuperación de Cartagena como ciudad de convenciones y eventos nacionales e internacionales; la transformación de Bogotá como destino turístico y las dificultades que encuentran los colombianos para viajar al exterior. Caravanas como "Vive Colombia, Viaja Por Ella" obtuvo un balance positivo y satisfactorio en el 2003 por cuanto esta estrategia logró consolidarse con gran éxito en poco tiempo, permitiendo que los viajeros se desplazaran con confianza por las vías del país en puentes festivos, en temporada de vacaciones como también promocionando la variedad de destinos y productos turísticos que tiene Colombia.

A lo largo de los últimos años el turismo se ha incrementado en algunas regiones de nuestro país, como son el Eje Cafetero, la Cultura Guayuu y Los Llanos Orientales, albergando turistas de todos los lugares del mundo, inclusive de Nariño, departamento el cual dispone de su propio conjunto de atractivos con un alto potencial de explotación turística. El turismo en Nariño ha sido un sector que no se ha tenido en cuenta como una opción importante para generar desarrollo económico y bienestar social para la comunidad, debido a que no existe una verdadera cultura de aprovechamiento del turismo por parte de los habitantes de los municipios, además de unas políticas encaminadas a fortalecer tal sector; ya que los municipios de Nariño aún desarrollan una economía tradicional, basada en su mayoría en la explotación de los recursos naturales en torno a la agricultura, lo cual si hasta ahora les ha provisto de fuente de supervivencia, no aseguran un desarrollo importante de la región.

El 3 de Marzo de 2005, el gobierno nacional firmó con la administración del gobernador Eduardo Zúñiga lo que podría llamarse el acuerdo más importante de los últimos años; el objetivo del Convenio es maximizar los recursos disponibles

¹ www.mcx.es/turismo/infopais/colombia/Colombia.htm

de cada una de las instituciones que participan en la alianza estratégica lo que facilite un desarrollo turístico de Nariño a nivel nacional e internacional, esta cooperación se traducirá en investigación de mercado, estudios, seminarios y permitirá conocer el verdadero potencial turístico del sur de Colombia.² Esta iniciativa implicará para la región una serie de compromisos para el sector público y privado, que se traduce en capacitar a hombres y mujeres sobre la historia, la geografía y los potenciales turísticos como Tumaco, Barbacoas, La Cocha y la misma ciudad de Pasto. Y es que los antecedentes demuestran que Nariño tiene serie de ventajas comparativas, dadas por la naturaleza, que la convierte en uno de los 29 escenarios del país con la capacidad de proyectarse al mundo, como uno de los destinos turísticos por excelencia; para lo cual es necesario crear ventajas competitivas mediante el mejoramiento de la calidad del producto turístico para hacerlo atractivo al usuario nacional y extranjero. En opinión del jefe de Estado “Nariño tiene mucho potencial en este sector. Lo prioritario ahora, es construir un portafolio de servicios real y viable a la luz del mercado abierto en el que se encuentra Colombia”.

En el ejercicio de construcción de la agenda interna de productividad y competitividad se ha identificado la cadena del turismo como una de las de mayor potencialidad y futuro para el departamento. En este sentido, corresponde a todos los actores sociales del Departamento en cabeza del Gobernador Eduardo Zúñiga y los 64 alcaldes de la región fortalecer las políticas públicas, con el fin de alcanzar la meta de elevar la competitividad del sector turístico. Nariño puede mejorar su productividad, su competitividad y convertirse en una fuente de divisas para el país. Se requiere entonces diseñar desde el sur una política de Estado capaz de llenar las expectativas del consumidor local e internacional, que demanda calidad en el servicio, productos novedosos y limpieza.

La región no puede proyectarse al mundo sólo con un producto: el Carnaval de Blancos y Negros. Ese sería un error histórico que las presentes y futuras generaciones de nariñenses cobrarían por ventanilla, con una grave repercusión social y económica. Se requiere por lo tanto crear cadenas productivas y ser muy creativos a la hora de construir el portafolio turístico, que de entrada hará parte de la III fase de la campaña “Vive Colombia”, que consiste en el lanzamiento de planes turísticos a precios accesibles. En ese proceso logístico Nariño contará con recursos del Fondo de Promoción Turística. La exención del impuesto a la renta por 30 años para la reconstrucción y remodelación de hoteles y las facilidades de financiamiento de Findeter para el sector son otras iniciativas que complementan el acuerdo.³

² www.tiempo.terra.com.co

³ DIARIO DEL SUR, revistareto@yahoo.es

La panorámica del sector turístico para los diferentes municipios de Nariño refleja que en los próximos años los dineros destinados a este sector emigrarán a zonas que le otorguen importancia al diseño de políticas turísticas, es así como los municipios que se encuentran entre el corredor Ipiales – Tumaco deben realizar acciones necesarias que fomenten su desarrollo, teniendo en cuenta la elaboración de diagnósticos reales del potencial turístico de tales municipios, además de una adecuada organización y concientización de todos los actores inmersos en el turismo orientando sus esfuerzos a la plena satisfacción del cliente.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo estructurar el análisis situacional del corredor turístico Ipiales – Tumaco para realizar un óptimo diseño organizacional?

- ¿Qué factores claves internos del sector turístico de la región se debe tener en cuenta para conocer sus fortalezas y debilidades?
- ¿Qué factores claves externos del sector turístico de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco, se debe considerar para establecer amenazas y oportunidades?
- ¿Qué atractivos son potencialmente explotables de los municipios?
- ¿Existe un estudio competitivo del sector turístico del corredor?
- ¿Existe sinergia entre los actores encargados de organizar el sector turístico?
- ¿Qué plan operativo podría ayudar al aprovechamiento de las actividades turísticas en los diferentes municipios?
- ¿Se cuentan con unos mecanismos de coordinación y control para el sector turístico en dicho corredor?

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general Elaborar un análisis situacional interno y externo que permita diseñar una organización tendiente a optimizar el sector turístico de los municipios pertenecientes al corredor Ipiales – Tumaco.

1.5.2 Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico interno del sector turístico de la región, enfocado a conocer sus fortalezas y debilidades.
- Elaborar un diagnóstico externo del sector turístico de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco para establecer amenazas y oportunidades.

- Identificar los atractivos turísticos potencialmente explotables de los municipios.
- Realizar un estudio competitivo del sector turístico del corredor.
- Diseñar la creación de un ente encargado de organizar el sector turístico del corredor Ipiales – Tumaco.
- Elaborar un plan operativo donde se establezcan objetivos, estrategias, programas y metas que ayuden al aprovechamiento de las actividades turísticas en los diferentes municipios.
- Establecer mecanismos de coordinación y control para el sector turístico en dicho corredor.

1.6 JUSTIFICACIÓN

1.6.1 Justificación teórica El turismo es uno de los renglones de la economía de los países que genera desarrollo no solamente a nivel financiero y de inversión de las grandes empresas nacionales e internacionales, sino también progreso y bienestar social a la comunidad que juega un papel importante en la interrelación con el turista, por lo tanto es necesario que el corredor Ipiales - Tumaco aproveche las grandes potencialidades que posee en este sector y para ello se requiere un conocimiento amplio del sector en el nivel interno y externo, utilizando teorías en cuanto al análisis competitivo para determinar quienes son los rivales directos e identificar la manera de diferenciar y fortalecer cada uno de los elementos relacionados. Es indispensable también la utilización de las funciones administrativas que permiten un correcto funcionamiento y logro de las metas y objetivos propuestos, ya que los resultados obtenidos hasta el momento en materia de turismo en el departamento de Nariño no han generado el impacto económico y social esperado, además de conceptos básicos de calidad en el servicio para lograr una consolidación en el mercado.

1.6.2 Justificación metodológica En la parte metodológica se utilizará la investigación exploratoria con el fin de recolectar información necesaria para obtener los resultados en cuanto a algunos de los objetivos planteados; también se pretende realizar diagnósticos del sector turístico de nivel interno y externo para conocer, interpretar y analizar las condiciones actuales en que se encuentran los municipios implicados con el estudio, permitiendo desarrollar un tipo de investigación explicativo. De igual manera, para lograr obtener beneficios en el sector turístico de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco, es preciso realizar un estudio competitivo de dichos municipios, tomando como referencia las variables claves manejadas en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Nariño, lo cual permita tener una visión amplia del estado del sector turístico en la región y su potencial frente a su principal competencia.

Las encuestas y entrevistas realizadas permiten especificar las variables importantes y posteriormente realizar las matrices apropiadas para medir los impactos generados; después se procede a crear un ente bien constituido que permita un adecuado manejo del aspecto turístico aprovechando las oportunidades y fortalezas con su respectivo plan operativo y mecanismos de control.

1.6.3 Justificación práctica En cuanto a la justificación práctica cabe destacar que el turismo es un renglón que cobra cada vez mayor participación en la economía mundial y países como Colombia desarrollan proyectos que pretenden explotar los recursos turísticos que posee, con el fin de sacar provecho de ellos para su nación; así también el departamento de Nariño, ha venido adelantando varias iniciativas, entre las cuales cabe destacar el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, el cual ha venido trabajándose conjuntamente entre los entes públicos y privados.

Un sitio que se constituye en la actualidad como destino turístico para los diferentes proyectos que se desarrollan a nivel regional y nacional, es el municipio de Tumaco, el cual en planes como “VIVE COLOMBIA, VIAJA POR ELLA”, aparece como una buena alternativa para los turistas; es así como los municipios que están ubicados en el corredor de la vía al mar, entre Ipiales y Tumaco, podrían valerse de su posición geográfica para buscar mejorar su economía, mediante el ofrecimiento de una infraestructura turística a los viajeros. Además cabe destacar que la ruta escogida se constituye en una zona estratégica para promover el turismo a nivel internacional, dado que Ipiales en su condición de zona fronteriza es la puerta de entrada de los capitales extranjeros a nuestra región y por ende a Colombia. Así mismo es primordial destacar la importancia que el turismo tiene en cuanto al jalonamiento de otros sectores como transporte, hotelero, restaurantes, comercio, además se puede difundir la cultura de cada uno de estos municipios; para lo cual se hace necesario establecer sistemas que posibiliten enlazar tales actividades hacia la construcción de una infraestructura turística de calidad, enfocada a la satisfacción del cliente, capaz de atraer mas visitantes tanto del interior del país como de fuera del mismo.

Mediante la presente investigación se pretende analizar la situación del sector turístico en dichos municipios, con el fin de diseñar un modelo de organización que optimice la actividad turística mediante el compromiso de entes gubernamentales y no gubernamentales, además de estrategias que permitan atraer la atención de mercados cada vez mas amplios y que se constituya en una nueva fuente de ingresos para la región.

1.7 COBERTURA DEL ESTUDIO

1.7.1 Temporal El presente estudio será elaborado en un periodo estimado de cinco meses.

1.7.2 Espacial El trabajo se realizará en Colombia, departamento de Nariño, municipios de Ipiales, Aldana, Cumbal, Guachucal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco, en el sector económico del turismo.

1.7.3 Variables Para el proyecto se tendrán en cuenta las variables que hagan parte de la estructuración de un corredor turístico.

- Entorno Económico, Político, Demográfico, Cultural, Social, Ambiental.
- Estrategias comerciales, promoción y publicidad.
- Competencia analizando sus fortalezas y debilidades y su posición.

1.8 MARCO TEÓRICO

1.8.1 Turismo

1.8.1.1 Conceptos Etimológicamente TURISMO se deriva de la palabra latina « tornus », que significa la acción de movimiento y retorno. Su definición actual es la afición a viajar para conocer un país o una región y la organización de los medios que permiten y facilitan esos viajes para el recreo, paseo, conocimiento y diversión.⁴

Actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas —agricultura, construcción, fabricación— y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras son entradas importantes para el

⁴ VALENCIA CARO, Jorge. Diccionario básico de turismo. Ed. Linotipia Bolívar, Bogotá, 1995.

sector del turismo. Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

1.8.1.2 Importancia del turismo El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad turística se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad. En cuanto a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendida su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía. Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

El Turismo como Actividad Empresarial La producción y oferta turística obliga a procesos diferenciados de bienes y servicios, que proporcionan una orientación de acuerdo a su origen (recursos naturales o artificiales, arqueología como valor histórico y turístico). Las operaciones y actuaciones presuponen actividades materiales (fabricación, transformación, métodos, etc.) y actividades humanas (creatividad, investigación, toma de decisiones, control, etc.) las que se encuadran en un marco de actuación (economía, tecnología, cultura, ambiente, etc.). La integración, el manejo y la dirección armónica necesitan de la empresa u organización que tenga un carácter de estructura organizada. La economía nos enseña cómo la riqueza pasa de uno a otro lado y cómo se distribuye entre los humanos. Si esto no pasara, las necesidades no podrían satisfacerse, ni tampoco la construcción de infraestructura turística, como tampoco utilizar el tiempo libre consumiendo los servicios del turismo. La economía es un medio que está al servicio de las necesidades, deseos, aspiraciones, ideales y convicciones políticas de cada uno.⁵

En el marco de la empresa, el turismo realiza, entre otras, las siguientes actividades:

- Producción de tipo perecedero (alimentación, construcción, infraestructura hotelera, parques nacionales, polos turísticos, etc.)
- Servicio, a través de instalaciones puestas a disposición del turista, como ser:

⁵ www.monografias.com/trabajo17/turismo/turismo.shtml

- ~ Servicios de hospedaje (alimentación, hoteles, restaurantes, etc.).
- ~ Servicios de transporte para personas (tren, avión, bus, etc.)
- ~ Servicios de diversión (cines, deportes, etc.)
- ~ Servicios culturales (museos, teatro, arqueología, etc.)
- ~ Servicios complementarios (información, prensa, televisión, etc.)

Las empresas turísticas son sociedades u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en: empresas de transporte turístico terrestre, empresas de transporte turístico, empresas de alojamiento, agencias de Turismo y empresas turísticas de alimentación. El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una de ellas. La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista.⁶

El Turismo como Actividad Social Como actividad social persigue lo siguiente:

- Actividad motivacional, a través del interés despertado en los grupos e individuos por el conocimiento de nuevos horizontes
- Actividad política gubernamental, basada en la promoción y los estímulos por visitar otras regiones o a ser visitados por individuos de otros países
- Actividad capacitadora, a través de la formación de recursos humanos idóneos para operar el sistema turístico
- Actividad laboral, al permitir un mayor incremento de puestos de trabajo en actividades diversas del turismo
- Actividad cultural, propiciando el conocimiento, la presentación y el desarrollo de los aspectos culturales del país, necesitando la preparación del personal
- Actividad artesanal, como oferta conexas al turismo
- Actividad de viajes o desplazamientos a los polos turísticos
- Actividades promocionales, facilitando los viajes turísticos, a través de paquetes y tarifas especiales
- Actividades de alojamiento, como albergues, hoteles especiales, etc; cerca de los lugares de interés turístico

⁶ www.monografias.com/trabajo17/turismo/turismo.shtml

- Actividad informativa, escrita o televisada, para dar a conocer al país de destino y mantener la imagen del mismo⁷

1.8.1.3 Turismo clasificaciones

Según el origen

- Turismo Nacional*: Se refiere a la utilización de los atractivos recursos turísticos (playas, parques nacionales, museos etc.) y de la estructura turística o planta turística (hoteles, restaurantes etc.) por parte de los residentes de un mismo país
- Turismo Interno*: Se refiere a la utilización, por parte de los residentes y visitantes de los atractivos y planta turística en un mismo país
- Turismo Receptivo*: Hace referencia, a los viajeros que temporalmente y por diferentes motivos, llegan a un país provenientes del exterior
- Turismo Egresivo o Emisivo*: Se refiere, a los viajeros domiciliados que temporalmente y por diferentes motivos, se desplazan fuera de su país a otros destinos

Según los estratos de la demanda

- Turismo Social*: Es el conjunto de relaciones y fenómenos que proviene de la participación en el campo del turismo de estratos sociales económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de servicio y no la del lucro
- Turismo Económico*: Se refiere al realizado por los estratos medios de la población
- Turismo Elitista*: Se aplica al realizado por personas de los estratos altos de la población⁸

Según el medio de transporte utilizado Turismo aéreo, acuático (marítimo: cruceros, fluvial); Terrestre (automóvil, bus, ferrocarril, pedestre, ciclismo, motociclismo, ecuestre...).

⁷ www.monografias.com/trabajos5/ecotu/ecotu.shtml

⁸ www.starmedia.com/monografias/turismo.com

Según la edad Turismo infantil, juvenil, adulto y de la tercera edad.

Según las motivaciones Podemos hablar de las distintas posibilidades que se pueden dar según la motivación de la persona o personas que viajan temporalmente a otros lugares fuera de su residencia habitual. Por lo tanto, podrá haber, tantos tipos como motivos tengan las personas: Turismo de recreación o placer, turismo deportivo (caza, pesca,) turismo de salud (fuentes termales), turismo religioso (peregrinaciones, santuarios), turismo de convenciones o congresos, (negocios, científico, médicos, odontológicos etc.) turismo de aventura, turismo científico, turismo de descanso o reposo, turismo cultural (museos, arte, historia, arqueología, antropología, biología, etc.), turismo de negocios (exposiciones, ferias , hombres de negocio, etc.); Turismo ecológico etc. A diciembre de 1993 el Instituto Interamericano de Turismo, había identificado 337 perfiles de motivaciones turísticas.⁹

Turismo de Naturaleza Posee las siguientes características: Contacto con la naturaleza, informal, total descanso, no hay lujo, no existen grandes inversiones. El turismo de naturaleza se divide a su vez en:

- **Ecoturismo:** Es el turismo en el cual el hombre viaja a zonas donde la naturaleza se conserva relativamente intacta, con el objeto específico de estudiar, admirar y disfrutar su paisaje, su fauna y su flora. El ecoturismo engloba toda una serie de opciones: desde su enfoque científico hasta la visita de recreo a un área natural.
- **Acuatourismo:** Es una forma de turismo especializado que tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para tal fin.
- **Turismo rural:** Turismo verde de contacto con la naturaleza. El hombre tiene la posibilidad de participar directamente del entorno. El Turismo Rural se produce en gran parte dentro de un “espacio agrícola” en el cual el visitante entra a disfrutar de los atractivos que la naturaleza le ofrece. Según la motivación principal de ésta se hablará de Agroturismo (el agroturismo invita a la tranquilidad, al contacto directo con la naturaleza, a un conocimiento a fondo de

⁹ www.starmedia/monografias/turismo.com

los agentes del agro y por ende al intercambio socio-cultural con quienes prestan el servicio), Turismo verde, De aventura y demás relacionados con el tema. Los niveles de alojamiento pueden ser: Hoteles campestres, fincas de recreo, fincas semihoteles, hostales, pensiones, hospedajes en municipios y veredas, famihoteles, posadas en municipios y veredas y fincas de agricultores y ganadería “AGROTURISMO”.

- Turismo de pueblo: Mediante la participación activa y responsable de la comunidad, se convierte sus localidades en pueblos pintorescos con un desarrollo integral del turismo, dentro de unos parámetros socio – culturales y ambientales de respeto que les permita obtener unos beneficios con miras a mejorar la calidad de vida de sus pobladores y la satisfacción plena de sus necesidades. La localidad que se vincula a este proyecto debe ofrecer características tales como: medio ambiente atractivo con sus respectivos recursos naturales, situación geográfica, patrimonio histórico y cultural y sus diversos eventos y actividades ligadas a su principal fuente económica “la agricultura y la ganadería.
- Parques Temáticos: Se considera que es un proyecto integrador, que identifica una región bajo un esquema natural o artificial en donde se recogen contenidos culturales, sociales, museos, diseños arquitectónicos, atracciones, gastronomía, espectáculos, tiendas-artesanías generando un equilibrio entre diversión y cultura. Para la concepción de un parque es necesario considerar factores como el clima, el tema elegido, centros de compras y eventos especiales.
- Turismo Deportivo: Son dos actividades claves en la cultura de nuestro tiempo, y tienen un peso específico en los componentes de la sociedad actual. La OMT y el COI en 1.999, acordaron llevar a cabo los esfuerzos necesarios para fortalecer los lazos entre el turismo y el deporte buscando un desarrollo sostenible y un mejor conocimiento mutuo entre los pueblos.¹⁰

1.8.1.4 El Turista Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; el término “visitante” puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente:1) los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo

¹⁰ CONVENIO ADEL – SENA . Programa de gerencia en marketing turístico. San Juan de Pasto, 2005.

propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, 2) los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y 3) los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado. Cuando los países utilicen esas nuevas definiciones aumentará la calidad y fiabilidad actual de las estadísticas turísticas, que no son fáciles de analizar debido a las inconsistencias en las definiciones y clasificaciones utilizadas. Teniendo en cuenta esas limitaciones, el turismo sigue siendo reconocido como una actividad de importancia económica global.

Clases de turistas

Clase Privilegiada: son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo. Características: elevado gasto por día, estancias o permanencias prolongadas, utilización de los servicios guías, intérpretes, etc., utilización de los medios de transporte más rápidos, ocupación de los hoteles más selectos y recorridos extensos de cada país.

Clase Burguesa: son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura. Características: invierten en turismo todos sus ahorros, utilizan el automóvil propio, servicios de primera categoría, pero no de lujo, estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado y visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

Clase Juvenil: son en su mayor número estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas. Características: utilización de medios de transportes económicos, alojamiento de tiendas de campaña, refugios, posadas y otros, preferencia por los lugares naturales, estancias breves en cada punto, nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos poco gasto por día, itinerarios largos y no usan guías ni intérpretes.¹¹

Clase Popular: constituida por los trabajadores asalariados cuya incorporación, al turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de

¹¹ www.starmedia/monografias/turismo.com

vacaciones pagadas. Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países. Características: es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes, especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias, obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones, carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso, nula intervención de las agencias de viajes.¹²

1.8.1.5 Superestructura Turística Conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística; es la compleja organización que permite armonizar tanto la producción y venta de servicios como las relaciones resultantes de la práctica del turismo. Podemos dividir la superestructura turística en tanto consideremos su ámbito geográfico de acción (internacional, nacional, regional o local) y particularicemos en el origen de la constitución de los organismos, de la siguiente manera:

Organizaciones gubernamentales:

- a. *Organismos Nacionales del Turismo:* Son los que especialmente se instauran en el seno de la Administración Pública y a los cuales en lo general compete ejecutar la política turística.
- b. *Instituciones Gubernamentales de Apoyo:* Son los organismos creados por el Estado, que se constituyen por ley, y cuyo ámbito de acción gira en torno a alguna actividad concreta y particular del ramo como la capacitación, el financiamiento, la promoción y el desarrollo del turismo social etc.
- c. *Organizaciones Internacionales:* Son las creadas con el objeto de regular la actividad turística en el aspecto de sus relaciones y su fomento internacional, las cuales pueden ser regionales o universales, ejemplo la Organización Internacional de Aviación Civil (OACI), Organización de las Naciones Unidas (O.N.U), Organización de los Estados Americanos (O.E.A), etc. y la O.M.T (Organización mundial del Turismo) que es la única organización intergubernamental cuya actividad se extiende a todos los sectores del turismo a escala mundial, y comprende como Miembros del Estados, territorios dependientes y a representantes del sector operacional privado. La O.M.T funciona a nivel universal y a través de seis (6) Comisiones Regionales (África, América, Asia Meridional, Asia Oriental y el Pacífico). La organización ofrece a

¹² www.starmedia/monografias/turismo.com

sus Estados Miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y toma de decisiones en todos los campos del Turismo.

Organizaciones no gubernamentales:

- a. *Asociaciones Profesionales:* Agrupan a los prestadores de servicios turísticos, tanto en conjuntos como por tipo de empresas.

- b. *Asociaciones de Usuarios:* Agrupan a los sujetos del turismo, por ejemplo, Asociaciones de automovilistas, de montañistas; clubes estudiantiles de viajes, y otras.

- c. *Asociaciones Internacionales:* Se integran con las asociaciones nacionales de prestadores de servicios o usuarios, cuando estas se agrupan internacionalmente.¹³

1.8.1.6 Tendencias actuales y futuras en turismo El 4 de marzo de 1993 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas adoptó las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre las estadísticas del turismo. La definición aceptada oficialmente es: "El turismo comprende las actividades de personas que viajan a (y permanecen en) lugares fuera de su medio normal durante más de un año consecutivo por motivos de ocio, negocios u otros propósitos."¹⁴

En el año 2004 la OMT estimó para el 2003, la existencia de 694 millones de turistas que generaban 514.000 millones de dólares en ingresos. Para los países desarrollados y en vías de desarrollo es una fuente importante de ganancia de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado. El volumen de la actividad turística en una base global no está distribuido uniformemente; la OMT estimó que en el 2003 el 53% de las actividades turísticas se producían entre 10 países desarrollados.¹⁵ Esta estadística ilustra el hecho de que el turismo es disfrutado sobre todo por

¹³ DE LA TORRE PADILLA, Oscar. El turismo fenómeno social. Fondo de Cultura Económica, 1980.

¹⁴ www.starmedia/monografias/turismo.com

¹⁵ CONVENIO ADEL – SENA . Programa de gerencia en marketing turístico. San Juan de Pasto, 2005.

residentes de países desarrollados que poseen los ingresos necesarios, el tiempo libre suficiente y la motivación para viajar.

A nivel mundial la OMT considera que la demanda turística tendrá las siguientes tendencias: más vacaciones, más breves, mayor estabilidad relativa social y económica, muchos turistas en uno, calidad y valor por gasto turístico, ascenso de la preocupación medioambiental, el transporte aéreo y las nuevas tecnologías de información y comunicación.¹⁶

1.8.2 Turismo en Colombia Pasear por Colombia es coleccionar un interminable número de paisajes, historia, cultura, folclor y por supuesto: amistades, pues se caracteriza hoy mas que nunca por la amabilidad y calidez de su gente. Gracias a estos factores este país ofrece unas de las más variadas e interesantes culturas a nivel mundial, su gastronomía es exquisita y diversa, y cada región ofrece una inmensa variedad de exóticas comidas, bebidas y licores, acompañadas de los más amenos ritmos musicales autóctonos, que usted podrá disfrutar en hermosos escenarios como playas, páramos, campos, llanos y en cientos de paraísos tropicales y de ciudades capitales, las cuales están cargadas de la bella historia colonial y republicana que lo deleitará en cultura, arte, arquitectura, comercio e industria y mezclándose con la velocidad y sobriedad de una ciudad cosmopolita lo llevará a tocar sus fibras mas sensibles.¹⁷

Nuestro país es su gente, su cultura y su historia y para conocerlo cuenta con mas de trescientos museos y casas de cultura, que podrá encontrar en sus muchos y diversos lugares. Colombia es un país de celebraciones, fiestas y eventos con variados ritmos musicales en todas las regiones del país como los ritmos Cumbia, Mapalé, Currulao, Vallenato y Porro todos estos de la región caribe, el Joropo de los llanos orientales o la Guabina, el Pasillo y el Bambuco de la zona andina, ritmos que hoy, gracias a grandes compositores e intérpretes, se bailan alrededor del mundo. De norte a sur del país hay celebraciones que le dan identidad al pueblo colombiano, desde el famoso Carnaval de Barranquilla en el Atlántico, hasta el Carnaval de Blancos y Negros en Nariño, pasando por la Feria de las Flores en Medellín, La feria de Manizales, o el Festival de Luces en Villa de Leiva. Cada región en el país produce un gran número de diversas artesanías de diferentes tipos, materiales y estilos. Viajar por Colombia ofrece la posibilidad de obtener hermosos objetos que contienen el legado de las antiguas culturas indígenas del territorio nacional ya que las artesanías son fuente de importantes

¹⁶ DE LA TORRE PADILLA, Oscar. El turismo fenómeno social. Fondo de Cultura Económica, 1980.

¹⁷ GAVIRIA TRUJILLO, Alejandro y GONZÁLEZ HEREDIA, José María. Guía de rutas por Colombia 2005. Ed. Puntos Suspensivos.

ingresos en cada uno de los diferentes lugares en donde se manufacturan, debido a que su demanda ha crecido no sólo para el consumo nacional sino también para exportaciones que en los últimos años han generado ganancias millonarias para sus productores y para la economía en general.

Colombia goza de una muy amplia gastronomía en las diferentes regiones por la variedad de fauna y flora que posee y por la herencia recibida de sus ancestros indígenas, africanos y españoles quienes dejaron secretos de cocina que con el se mezclaron para definir la sazón de cada una de sus regiones que hoy ostentan platos únicos, licores que alegran la buena mesa, frutos tropicales muy exóticos, postres que podrían destruir cualquier dieta, en fin, una inmensa variedad de sabores, olores y colores que identifican a este país en todo el mundo como uno de los lugares de gastronomía realmente autóctona y exquisita. Historia, sabor, naturaleza y playas ofrece Colombia a quienes decidan disfrutar de sus diferentes destinos turísticos. Desde las cálidas aguas del mar Caribe hasta el frío de las cumbres nevadas, pasando por extensos cafetales e históricas ciudades llenas de faroles y romances, este país invita a ser descubierto y recorrido. Por eso, VIVE COLOMBIA, VIAJA POR ELLA.¹⁸

1.8.2.1 Clases de turismo en Colombia

Agroturismo o turismo rural: Se comprende por esta actividad la que desarrolla en el campo estableciendo un contacto e interacción con la naturaleza. A su vez, se incluye la familiarización con actividades como el ordeño y el cultivo. Sin embargo en Colombia, se manifiesta más de una manera recreativa y de observación. Este turismo se da principalmente, en el Eje Cafetero (Quindío, Caldas y Risaralda). También está Cundinamarca, Huila, Boyacá y en menor medida, en Medellín. En Bogotá, el mejor ejemplo es Panaca.

Turismo cultural: Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Para esta clase, los sitios sugeridos son San Agustín (Huila), la Catedral de Sal de Zipaquirá a las afueras de Bogotá o en la capital la Quinta de Bolívar. También está Mompox (Bolívar), Tunja y Villa de Leiva en Boyacá y Popayán.

¹⁸ GAVIRIA TRUJILLO, Alejandro y GONZÁLEZ HEREDIA, José María. Guía de rutas por Colombia 2005. Ed. Puntos Suspensivos.

Turismo histórico: Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico. Entre estas se encuentran Santa Marta, Cartagena, Bogotá, Mompox (Bolívar), Tunja, Villa de Leiva y Popayán.

Turismo de reposo: Este tipo de turismo corresponde al que se realiza con fines exclusivos de descansar y recuperar las energías luego de largas jornadas de trabajo. Entre los destinos preferidos para este propósito, son Cartagena, Santa Marta y San Andrés, Providencia e Islas del Rosario, entre otros. También está el denominado turismo de sol y playa, ligado a la anterior categoría, pues al momento de elegir su sitio turístico para vacaciones, las personas, pueden inclinarse por un sitio de clima, cálido y donde haya mar, un escenario ideal para relajarse.

Turismo deportivo: Se da de dos formas. Por un lado, está el pasivo que consiste en la asistencia a juegos olímpicos, campeonatos mundiales. En cuanto, al segundo, el activo, es el que se da cuando se viaja con el fin de practicar un deporte. En Colombia, uno de los sitios preferidos por los escaladores son las Rocas de Suesca en Cundinamarca y en Bogotá se concentran diferentes lugares donde puede ver los deportes o practicarlos. Así están, el Estadio Nemesio El Camping o el Palacio de los Deportes y parques como el Simón Bolívar o el Nacional.

Turismo de contacto social: Este se realiza más con fines de hacer amigos o visitar parientes como la misma palabra lo indica. Las alternativas sugeridas para el turismo de sol y playa clasifican dentro de esta clase.

Turismo económico: Si su interés es participar en ferias, seminarios o congresos, esta es la opción que debe elegir. En este caso, los principales epicentros donde se dan este tipo de actividades son Cartagena, Bogotá, Medellín y Cali. Además están, Bucaramanga, Barranquilla y Santa Marta. En esta categoría se incluyen el turismo de negocios y el profesional.¹⁹

Turismo científico: El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos. La alternativa recomendada en este sentido, es Bogotá.

¹⁹ www.colombia.com/informaciónturística

Turismo exótico: Se realiza con la intención de conocer lugares atractivos por su particular belleza y exhuberancia. Entre ellos, se encuentran Riohacha en la Guajira. Otra de las características, puede ser que sea asociado al riesgo y a la aventura.

Turismo religioso: En Colombia, uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este motor. El Santuario de la Lajas en Pasto, Buga, Mompox en Bolívar, Popayán y el Santuario de Monserrate en Bogotá; son algunas de las opciones.

Turismo gastronómico: Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones. Si este es su caso, puede visitar algún lugar de la Costa, la región Caribe o el Pacífico.²⁰

Ecoturismo: El turismo ecológico en Colombia se lleva a través del Sistema de Parques Nacionales Naturales y la Red Nacional de Reservas de la Sociedad Civil. El aprovechamiento de las áreas naturales con fines turísticos cuenta con desarrollos empresariales bastante modestos, en su mayoría reducido a lo que ha consolidado la Unidad de Parques Nacionales Naturales y las Corporaciones Autónomas Regionales (CARs). Los incrementos de los últimos años en el número de visitantes a estas áreas son un claro indicio del potencial existente para intensificar el aprovechamiento.²¹

1.8.2.2 Tendencias nacionales de turismo Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país, por consiguiente, será un país que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica nación – región, en donde los sectores públicos nacional y local jugaran un papel determinante en la generación de condiciones optimas para el desempeño empresarial.

Colombia habrá definido siete productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional: Sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ecoturismo,

²⁰ www.colombia.com/informaciónturística

²¹ CORTES BURBANO, Sandra Milena. Identificación del potencial eco turístico del departamento de Nariño y realización del diagnóstico estratégico para el sitio seleccionado con mayor posibilidad de desarrollo. Universidad de Nariño, 2005.

deporte y aventura, ferias y fiestas y ciudades capitales: Compras, salud, congresos y convenciones.²²

1.8.3 Turismo en Nariño Con un bello paisaje de fondo, respirando el puro y transparente aire en la cima de sus imponentes cerros, admirando los picos plateados de sus volcanes; con el sabor del pacífico en las crestas de las olas del mar que revienta en sus playas bañadas de esperanza y cenizas de sus majestuosos atardeceres o serpenteando por el encantador trazado de sus ríos donde navega la alegría de una sociedad pujante, emerge una de las biodiversidades mas variadas de Latinoamérica llamada Nariño; al sur de Colombia con infinitos oros culturales, naturales y productivos que invitan a descubrir inventar un turismo diferente, dinámico lleno de emociones e historia, acompañadas de calidez y hospitalidad a la altura de cualquier destino importante del mundo. Si hay algo que tiene Nariño en su tierra y su gente es generosidad, precisamente por esta razón, en sus cien años tiene para ofrendar a propios y visitantes mas de un centenar de razones para enamorarse de esta tierra; una amable sonrisa, diversos climas, coloridos paisajes y deliciosos platos típicos, enmarcados en un ambiente acogedor y hospitalario, con cientos de productos de manufactura artesanal mundialmente reconocidos.

Así como desde esta región nace los tres ramales Andinos de Colombia, y una innumerable gama de ríos que alimentan el Pacífico. Nariño es poseedor de expresiones culturales únicas de Suramérica como el barniz de Pasto y sus pintorescos y cálidos carnavales, su gran diversidad climática, paisajística y gran gama de fauna y flora lo confirman como uno de los destinos turísticos ecológicos, de expedición y de aventura preferidos de Colombia. La fiesta colorida y diversa de esta región del país contagia a grandes y pequeños, a artesanos y empresarios, a danzantes y músicos y los reúne en celebraciones donde disfrutan todos los habitantes de la región. La celebración ancestral y el culto arraigado a las tradiciones religiosas, convierten a Nariño en poseedor de tesoros y monumentos religiosos como el Santuario de las Lajas y la Catedral de Sandoná con un Cristo tallado en madera, con una dimensión que supera los siete metros.²³

Según el Fondo Mixto de Cultura del Departamento de Nariño, divide los municipios más representativos en diferentes corredores turísticos, con el fin de analizar sus atractivos. Tales corredores son:

²² CONVENIO ADEL – SENA . Programa de gerencia en marketing turístico. San Juan de Pasto, 2005.

²³ GALEANO, Víctor Hugo. Guía turística y empresarial, Nariño 100 años. Ed. Fenalco Nariño.

- Corredor de la vía circunvalar al Galeras: Pertenecen los municipios de La Florida, Sandoná, Consacá y Yacuanquer
- Corredor turístico de la Costa pacífica: Tuquerres, Samaniego, Ricaurte, Barbacoas, Tumaco
- Corredor turístico del sur: Imues, Iles, Ipiales, Pupiales, Cumbal
- Corredor turístico del norte: Chachagui, Taminango, La Unión, San Pablo, La Cruz, Belén, Buesaco

1.8.3.1 El ecoturismo en Nariño En Nariño el ecoturismo se reduce únicamente al trabajo realizado por el Sistema de Parques Nacionales Naturales en sitios como: el Parque Nacional Natural Sanquianga; Santuario de Flora y Fauna Galeras y Santuario de Flora La Corota, siendo éste último sin duda, uno de los atractivos más importantes del Departamento junto con la Laguna de la Cocha. Con menor énfasis el ecoturismo lo promueven algunas organizaciones no gubernamentales pero no como su principal objetivo, es el caso de las reservas naturales La Planada, Ñambi y Biotopo las cuales se encuentran en el Pié de Monte Costero y otras ubicadas en La Cocha, asesoradas por la Asociación de Desarrollo Campesino ADC.

En el departamento de Nariño existen 92 áreas naturales protegidas de las cuales 19 son de carácter Nacional y Departamental y las restantes son de carácter municipal y de la sociedad civil; de éstas, 56 reservas naturales están ubicadas en el entorno de la Laguna de la Cocha, de las cuales 50 están adscritas a la Red Nacional de Reservas de la sociedad civil. Otras reservas adscritas son: La Planada ubicada en el municipio de Ricaurte, la Reserva del Rio Ñambí y Biotopo en el municipio de Barbacoas, Reserva los Guayacanes en el municipio de Imués y la reserva Pullitopamba en el municipio de Pasto. Nariño posee lugares aptos para el ecoturismo (Ver Anexo 1).²⁴

1.8.3.2 Tendencias del turismo a nivel regional Nariño ha definido seis productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística regional: ecoturismo (reservas naturales laguna de la cocha y la planada), etnoturismo (malokas y carnavales de negros y blancos), turismo religioso y peregrinaciones, turismo histórico y cultural, turismo de aventura (deportes extremos), sol y playa y turismo rural (turismo de pueblos y agroturismo).²⁵

²⁴ CORTES BURBANO, Sandra Milena. Identificación del potencial eco turístico del departamento de Nariño y realización del diagnóstico estratégico para el sitio seleccionado con mayor posibilidad de desarrollo. Universidad de Nariño, 2005.

²⁵ CONVENIO ADEL – SENA . Programa de gerencia en marketing turístico. San Juan de Pasto, 2005.

1.8.4 Turismo en el municipio de Ipiales

1.8.4.1 Características generales Es la segunda población más importante de Nariño, dado que es un centro que canaliza el comercio colombo-ecuatoriano y además agrupa la actividad agrícola y ganadera de la región; cuenta con una población de más de 130.000 habitantes y cerca de 30.000 habitantes flotantes, entre nacionales y extranjeros, que la visitan en forma continua debido a las expectativas comerciales que ofrece la zona. Su superficie es de 1.648 kilómetros cuadrados, su clima promedio de 10° C, cuya altura sobre el nivel del mar esta por los 2.640 metros.²⁶De acuerdo con los datos censales proyectados para 1999 la población indígena que posee el municipio de Ipiales está representada por 12.497 habitantes, albergados en cuatro Resguardos: Ipiales (8.174 hab.), Yaramal (2.071 hab.), San Juan (2.176 hab.) y Santa Rosa de Sucumbios (76). La población indígena que pertenece a estos Resguardos, hace parte de una población que guarda los rasgos físicos y riquezas culturales ancestrales. Datos suministrados por el DANE para 1999.²⁷

1.8.4.2 Potencial turístico Ipiales por su condición de frontera con el hermano país del Ecuador, debe ser considerada como la ventana de Colombia hacia el resto de Sudamérica y más ahora cuando ha sido considerada como un eslabón en el aspecto económico. Su paisaje se caracteriza por sus pintorescos minifundios de todos los colores donde prevalecen los cultivos de papa, trigo y cebada, además de la actividad ganadera. Su paisaje andino adornado con románticos celajes que en su momento inspira al poeta ecuatoriano don JUAN MONTALVO FIALLOS que la bautizó como la ciudad de las “Nubes Verdes”.

Entre los sitios turísticos de mayor interés se encuentran: El Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, el Puente de Rumichaca, el aeropuerto de San Luís (el cual a pesar de no estar en la jurisdicción geográfica de Ipiales, es reconocido como de su territorialidad ya que las gestiones de ampliación y cobertura han sido efectuadas por las administraciones locales de Ipiales). Otros sitios de interés que se pueden visitar en Ipiales son: El Banco de la República, El Parque 20 de Julio, el Parque La Pola e iglesia San Felipe Neri, el Parque Santander, la Avenida Olímpica, La Casa de la Cultura, El Hospital Civil de Ipiales, La sociedad del Carácter.²⁸

²⁶ MICROSOFT ENCARTA. Biblioteca de consulta, 2005.

²⁷ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE IPIALES 2004 - 2007

²⁸ www.world.guide66.com/southamerica/colombia/ipiales

1.8.5 Turismo en el municipio de Aldana

1.8.5.1 Características Generales El municipio de Aldana se encuentra localizado en la zona sur del departamento de Nariño y al sur occidente de la República de Colombia. Hace parte de lo que se conoce como Exprovincia de Obando. La superficie aproximada del Municipio de Aldana suma los 52 km², representando apenas el 0,14% de la superficie total del departamento de Nariño (33.268 km²), su temperatura promedio es de 10° C, característica de un territorio frío. Según el Censo del DANE de 1993, la población de Aldana asciende a 7.212 habitantes. Las actividades económicas se basan en un 80% en la agricultura. Según el consolidado agropecuario para el año 2003, tenemos que Aldana posee 430 hectáreas cultivadas con papa, para una producción de 6.000 toneladas.

1.8.5.2 Potencial turístico Según el Plan de Desarrollo Municipal de Aldana 2004 – 2007, la salud no solo puede concebirse desde el punto de vista médico, es pues muy importante la obtención de la salud mediante la práctica de deportes de disciplina y recreativos. Las fiestas populares se celebran el 28 de Diciembre, día de los Santos Inocentes, en el cual los habitantes del Municipio, juegan bromas y utilizan agua para mojar al transeúnte. La manifestación especial que tiene el Municipio de Aldana, arranca el 3 de Enero, participa éste en el carnaval multicolor en la ciudad de Ipiales, sale el mandatario en compañía de su gabinete municipal, murgas, grupos de danzas, banda del Municipio, carrozas con motivos que representa la costumbre o tradición del Municipio de Aldana.

Para el 5 y 6 de Enero, se cuenta con un desfile concurrido por toda la comunidad en el casco urbano apoyado y organizado por la administración municipal en la cual se estimulan a los mejores participantes otorgándoles premios e incentivos; al finalizar se cuenta con unas dos orquestas, las cuales deleitan con música al pueblo. Estas fiestas se convierten en la máxima potencialidad de atracción turística con la que cuenta Aldana, por lo cual se debe de explotar.²⁹

1.8.6 Turismo en el municipio de Guachucal

1.8.6.1 Características generales Guachucal, municipio colombiano situado en el departamento de Nariño. Tiene un promedio anual de temperaturas de 11° C. Sus actividades económicas son la agricultura, la ganadería y el comercio con empresas transformadoras de lácteos.

²⁹ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE ALDANA 2004 - 2007

Cuenta con tres resguardos indígenas de la familia Pasto-Quillacinga. Población (1993), 18.410 habitantes. Limita al norte con los municipios de Ricaurte y Sapuyes, al sur con los municipios de Pupiales, Aldana y Carlosama; al oriente con los municipios de Sapuyes y Pupiales; al occidente con los municipios de Ricaurte y Cumbal.

1.8.6.2 Potencial turístico El Municipio de Guachucal para ofrecer cuenta con un gran potencial artístico y cultural representado en varios grupos y manifestaciones (Ver Anexo 2). En la actualidad se esta formulando el Plan de Desarrollo Cultural en convenio con el Fondo Mixto de Cultura de Nariño, el cual servirá de marco para la planificación del sector y la gestión de proyectos ante entidades del orden nacional.³⁰

1.8.7 Turismo en el municipio de Cumbal

1.8.7.1 Características generales El municipio de Cumbal, esta situado al Sur Occidente del Departamento de Nariño limitando con la Republica del Ecuador y en la altiplanicie de Tuquerres e Ipiales, hace parte de la cordillera andina que se considera como una región de piso térmico frío. El municipio de Cumbal con respecto a la distribución poblacional, es un caso diferente, ya que mientras en el resto del país los grupos raciales predominantes son: mestizos, mulatos, blancos, raza negra e indígenas, en Cumbal el 81.1% de la población pertenece a la comunidad indígena de la etnia de los Pastos. Según el DANE para el año 2004 en Cumbal existe una población total de 30.330 habitantes. Cumbal es el segundo municipio de la provincia de Obando en cuanto a extensión, población, economía y posición estratégica.

Hablar del sector económico en el municipio de Cumbal es hablar de factores como el agropecuario y el ganadero, que son los más destacados en la región, sin descartar otros como el comercio, transporte, turismo, ebanistería, servicios, tejidos, confecciones y la minería. El turismo, el cual se ve representado en el sector de comercio y servicios con un 20% de participación entre las diferentes actividades de comercio que se han venido implementando en el sector urbano.³¹

1.8.7.2 Potencial turístico Está conformado por Resguardos, veredas y sectores en el área rural y en la parte urbana por barrios y urbanizaciones; dentro del mismo municipio se encuentran los cuatro resguardos indígenas:

³⁰ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE GUACHUCAL 2004 - 2007

³¹ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE CUMBAL 2004 - 2007

MAYASQUER, CHILES, PANAN Y CUMBAL. Uno de los resguardos que cuenta con importantes riquezas naturales y sitios turísticos; el cual esta dividido por siete (7) veredas, es el Resguardo de Chiles, situado al Sur occidente de la población de Cumbal a una Distancia de 20 Km. del sector Urbano, población que esta situada en la bella altiplanicie de su nombre, al pie del nevado de Chiles.

Las fiestas Patronales y Tradicionales del municipio son un patrimonio cultural en el cual se integra la sociedad, sin tener en cuenta procedencia, raza, religión, estatus y educación, de está manera corroborando que son un mismo pueblo,³² celebrando el 16 de Julio, las fiestas taurinas y el 24 de septiembre la fiesta de Nuestra Señora de las Mercedes.³³

1.8.8 Turismo en el municipio de Sapuyes

1.8.8.1 Características generales El nombre de Sapuyes se deriva en 1536 cuando el conquistador Sebastián de Belalcázar ordenó se fundara una población con el Nombre de “Sapuyes”, en recuerdo del cacique Sapuyana, que tan amable se mostró con él. Su altura sobre el nivel del mar es de 3.027 metros y su temperatura promedio es de 12º C, y una extensión de 118 Km²; El territorio de Sapuyes, limita al Norte con el municipio de Túquerres. Por el Oriente con el Municipio de Ospina; por el Sur con los municipios Pupiales y Gualmatán y por el occidente con el municipio de Mallama y Guachucal. En el área urbana, entre las actividades económicas más importantes están el sector comercial y el sector público que se han convertido en el mayor generador de empleo en Sapuyes. Según el censo de 1993, La proyección de la población para el Municipio de Sapuyes en el 2003 es de 9.832 habitantes.³⁴

1.8.8.2 Potencial turístico Este territorio ha sido muy conocido por sus tradiciones y costumbres, es una cultura enriquecida por sus mitos y leyendas que se han mantenido con el paso de los años, los habitantes han conservado en forma verbal generación tras generación las historias y leyendas. En la larga lista de las historias la más popular es la leyenda de los mitos de las Brujas, la aviación, la viuda etc.

En todas las veredas se realizan las fiestas en honor al santo de su devoción, como resultado de su respeto y creencias religiosas arraigadas en su herencia y

³² PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE CUMBAL 2004 - 2007

³³ DIRECTORIO TELEFÓNICO DE NARIÑO 2002 - 2003.

³⁴ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE SAPUYES 2004 - 2007

ancestros. Las fiestas patronales se celebran en honor a San Juan Bautista el día 24 de Junio. También se celebra las festividades de San Pedro Apóstol; se destaca por el pringue que consiste en donar alimentos los cuales son colocados en una vara adornada con cintas de colores llamativos, se realiza el 29 de Junio. Otra conmemoración importante es la fiesta del señor de las Misericordias, que se celebra el 14 de Septiembre con una novena, pase de ceras y procesiones que reúnen a propios y visitantes. Los deportes que más se practican son la Chaza, el fútbol, baloncesto, Voleibol y Microfútbol. En algunas veredas se organizan Campeonatos de fútbol y chaza. En el sector de Panamal y el Espino se organiza un evento de Chaza donde incluso participan los municipios vecinos.³⁵

1.8.9 Turismo en el municipio de Mallama

1.8.9.1 Características generales El Municipio de Mallama posee una extensión 56.530,7854 Hectáreas. Sus límites corresponden a: NORTE con el municipio de Santacruz (Guachavés) Ricaurte, ORIENTE con el municipio de Santacruz; OCCIDENTE con el municipio de Ricaurte, quebrada Santa Rosa y San Francisco al medio; SURORIENTE con el municipio de Guachucal y Sapuyes; por el SUROCCIDENTE con los municipios de Cumbal y Ricaurte, río Miraflores al medio. Piedrancha es la cabecera municipal de Mallama; también lo conforman el Corregimiento de San Miguel y las inspecciones de policía de Chambú, Chucunés, El Guabo, La Oscurana, Puerán, Puspued y Pususquer. Los 13.285 habitantes de Mallama dependen económicamente de la agricultura, la ganadería y en alguna proporción de la minería. Los principales productos cultivados son: caña panelera 600 Ha, maíz 120 Ha, café 69,50 Ha, plátano 20 Ha, y en el sector minero aportó un promedio de 94 onzas anuales de oro en los últimos 5 años.

1.8.9.2 Potencial turístico El equipamiento Cultural de Mallama está conformado por la Casa de la Cultura destinada para eventos, actos, reuniones, etc. Y el Teatro Parroquial ubicado junto a las instalaciones de la iglesia, en este se lleva a cabo ceremonias religiosas, eclesiásticas, sociales y culturales, aunque le falta adecuación en sus elementos arquitectónicos y estructurales, carece de dotación. En la Cabecera municipal se practican diferentes y variados deportes, los cuales tienen un manejo de carácter recreativo y no competitivo, se tiene escenarios destinados para el deporte de Microfútbol, baloncesto y voleibol en una cancha múltiple descubierta en el sector del Centro, en las instalaciones del parque, otra cancha similar cubierta, se ubica en el Barrio Santiago, dentro de la Plaza de mercado. El turismo en Mallama presenta un gran potencial, en especial el ecoturismo.³⁶

³⁵ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE SAPUYES 2004 - 2007

³⁶ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE MALLAMA 2004-2007.

1.8.10 Turismo en el municipio de Ricaurte

1.8.10.1 Características generales Ricaurte (Nariño), municipio de Colombia perteneciente al departamento de Nariño. Limita con la República del Ecuador. Situado a 1.181 mts. de altitud, la mayor parte del territorio es montañoso, su temperatura media anual es de 22° C, y el promedio de precipitaciones de 3.996 mm. Las principales actividades económicas son la agricultura (caña panelera, plátano, maíz, banano, frutas) y la artesanía (sombreros en paja y artículos de cuero). Según proyecciones del DANE para el año 2.003 la población del Municipio de Ricaurte es de 13.110 habitantes, de los cuales el 18.8% se ubican en el casco urbano (2.467 personas) y el 81.2% en la zona rural (10.643 personas). De esta población el 49% son hombres y el 51% son mujeres. Del total de la población el 66.1% (8.672 habitantes) son indígenas Awá distribuidos en 11 resguardos. En el municipio de Ricaurte los principales cultivos son la caña de azúcar, el maíz, el frijol, el plátano y en menor proporción los cítricos. La ganadería es una actividad que poco a poco ha tomado importancia para la economía de los habitantes del Municipio, según información del consolidado agropecuario departamental del año 2002, se registro un total de 300 vacas de ordeño que producen en promedio 5 litros/vaca/día para un total diario de 1.500 litros, lo que representa un aporte del 0.25% a la producción departamental.

1.8.10.2 Potencial turístico El Municipio de Ricaurte conserva en su esencia cultural la presencia ancestral de las comunidades indígenas del Pueblo Awá, quienes han vivido en estos territorios con base en su pensamiento, creencias y formas de relacionarse entre sí y con el entorno, bajo una cosmovisión propia; paradójicamente, no han existido esfuerzos institucionales significativos por explorar y fortalecer sus tradiciones, lengua, creencias y forma de vida en sus territorios. El piedemonte, donde se ubica el Municipio, permite observar un proceso intercultural donde se conjugan tendencias musicales como la marimba de la Costa Pacífica, propia de las comunidades negras, y saberes ancestrales de su convivencia con la naturaleza.³⁷

La confluencia y concertación del sentido cultural pasa por una puesta en común de una amplia gama de saberes, hábitos, expresiones, oficios y tradiciones que abarcan desde lo ancestral hasta lo moderno, desde lo local hasta lo global, desde lo propio hasta lo ajeno en una dinámica intercultural donde el diálogo sea el pretexto motivador de los proyectos culturales. Las fiestas patronales se celebran en Junio 27 y 28 en honor a San Pedro, Agosto 9 y 10 a San Isidro, Septiembre 15 y 16 al Señor de Cuaiquer y Septiembre 28 y 29 a San Miguel Arcángel.³⁸

³⁷ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE RICAURTE 2003-2006

³⁸ DIRECTORIO TELEFÓNICO DE NARIÑO 2002-2003.

1.8.11 Turismo en el municipio de Barbacoas

1.8.11.1 Características generales Situado a 160 mt de altitud, limita al sur con la República del Ecuador. Su relieve, forma parte de la llanura del Pacífico, tierra de pisos térmicos cálido y templado, registra una temperatura media anual de 25,8° C, en tanto que las precipitaciones ascienden a 6.512 mm. Población 22.071 habitantes. Barbacoas fue fundada por Francisco de la Parada y Zúñiga en 1.600 en la confluencia de los ríos Telembí y Guagüi. El municipio posee altitudes que van desde los 30 m.s.n.m en el río Telembí, cerca de Roberto Payán alcanza los 2.000 m.s.n.m. Barbacoas limita al norte con los municipios de Roberto Payán y Magui; al sur con Ricaurte; al oriente con Samaniego y la Llanada; al occidente con Tumaco y Roberto Payán. Tiene una extensión de 257.880 hectáreas cerca del 7.8% de la superficie de Nariño, siendo el tercero en mayor dimensión después de Tumaco y Magui.

Barbacoas carece de un sector agrícola estructurado como generador de riqueza, aunado a las características de trueque y el modo de producción con amplia connotación no capitalista. La minería ha sido relegada por los cultivos ilícitos como coca, y la poca minería ya no le genera regalías al municipio debido a que el Banco de la Republica retiró su agencia de compra, aún así se calcula que en el año 2000 el sector minero fue el 26% del PIB.

1.8.11.2 Potencial turístico El turismo se constituye como una alternativa de generación de ingresos promisorio para la comunidad en general, dadas las bellezas del paisaje y los atractivos naturales con que cuenta el municipio. Por las características del territorio de bosque, donde existe gran biodiversidad tanto de flora como de fauna, es viable el Ecoturismo, el cual no necesita cambios en el paisaje ni su ejercicio genera impactos negativos en el ambiente, además, es muy apetecido tanto en el ámbito nacional como internacional.

En el Municipio se han Institucionalizados dos (2) eventos culturales que se realizan a lo largo del año que son: los Carnavales del Telembí entre Febrero y Marzo y las Fiesta Patronal de la Virgen de Atocha que se celebra del 6 al 15 de agosto; la importancia de estas fiestas radica en la gran movilización de la población que se logra, entre 20 y 25 mil personas entre nativas y visitantes.³⁹

³⁹ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE BARBACOAS 2004-2007.

1.8.12 Turismo en el municipio de Tumaco

1.8.12.1 Características generales Tumaco limita al Norte con los Municipios de Mosquera y Francisco Pizarro, al sur con la República del Ecuador; al oriente con los Municipios de Roberto Payán y Barbacoas; al Occidente con el océano Pacífico. Tiene una población 159.182 habitantes. Su temperatura se inserta en la categoría del sistema Holdrige como bosque húmedo tropical, con temperatura promedio de 26° C que oscila entre 22° C y 30° C. El 30 de noviembre de 1640 Tumaco fue fundado por Francisco Rugy SJ, natural de Palermo, Italia. En 1995 al cumplir 355 años de su fundación el municipio de Tumaco cambió el nombre por resolución municipal No. 414 a San Andrés de Tumaco, como un acto de fe y afirmación en los valores de la cristiandad. En la actualidad Tumaco es un puerto cuya economía se basa principalmente en dos industrias: la pesca y la palma, es un puerto pobre económicamente hablando pero con grandes riquezas naturales sub o inexploradas para algunos casos.⁴⁰

1.8.12.2 Potencial turístico Tumaco la perla del pacífico. El mar desde su majestuosidad saluda con arrullos de música siempre vivas, siempre nuevas, melodías de corales marinos en armoniosos ritmos al son de los tambores y las marimbas que nos remontan al sentimiento afro americano ancestral de sus gentes cordiales, sencillas, acogedoras y alegres. Rasgo humano que brilla cálido en los movimientos expresivos de sus bellas mujeres danzantes. La cerámica de la cultura Tumaco nos habla de sus conocimientos artísticos y/o el dinamismo de sus gentes nos habla de un lugar en el mundo, para visitar, para construir en armonía con la naturaleza, la empresa humana siempre anhelada. El turismo encuentro espiritual del hombre con su ser y con el otro; la riqueza marina, sus frutos y platos nutritivos de la diversidad que nos regala.⁴¹

Tumaco se caracteriza por poseer valiosos atractivos naturales representados por las playas de la isla del Morro, isla Bocagrande, Punta Cascajal, bosques de manglar y ríos como el Mira, Caunapí, Rosario, entre otros, que vienen posibilitando el crecimiento de pequeñas y medianas inversiones en infraestructura representada por 43 hoteles, 20 restaurantes y estaderos turísticos por parte del sector privado. El turismo en Tumaco se inicio con la isla de Boca Grande, luego Tumaco y por último el Morro debido a la evolución de pequeñas cabañas para hospedajes y últimamente hoteles. Los hoteles ubicados en el Morro y Bocagrande se caracterizan por tener las construcciones en madera y en menor proporción en cemento y guadúa, esto debido a las condiciones geomorfológicas del suelo y la dinámica que tiene el mar en la playa, otros factores que han

⁴⁰ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE TUMACO 2004-2007

⁴¹ GALEANO, Víctor Hugo. Guía turística y empresarial, Nariño 100 años. Ed. Fenalco Nariño.

estimulado este tipo de construcción son el orden económico y conflicto de uso de suelo especialmente en áreas de bajamar actualmente administradas por la Dirección Marítima General (DIMAR) y la administración Municipal.

Está comprobado que la actividad turística es altamente lucrativa, países como Costa Rica, Italia, España y Francia, ciudades como Cartagena, San Andrés y San Agustín así lo demuestran. Tumaco tiene todas las características necesarias para ser explotado como un municipio ecoturístico, la gran extensión geográfica sin explotar, las playas, manglares, fauna, flora y clima así lo confirman. En Tumaco, se pueden desarrollar los siguientes productos turísticos: ecoturismo. Tumaco cuenta con una riqueza paisajística, biológica, ecológica que puede manifestarse en sus tres grandes ecosistemas: ecosistema acuático, costero y continental; etnoturismo y acuaturismo.⁴²

1.8.13 Modelo de calidad total direccionado al cliente En los últimos años el mundo ha sufrido una serie de cambios, especialmente en lo que respecta a las prácticas de los negocios. El cliente se ha convertido en una fuente de información estratégica sobre la calidad del producto y del servicio en lugar de ser únicamente el objetivo de las campañas publicitarias de empresas productivas y de servicios. En las empresas hoteleras por ejemplo, se elaboran planes de amplio alcance para satisfacer las necesidades del cliente. La misión ya no consiste en ser mejores que la competencia. La misión ahora es la Excelencia. La calidad abarca todas las cualidades con las que cuenta un producto o un servicio para ser de utilidad a quien se sirve de él. Esto es, un producto o un servicio es de calidad cuando sus características, tangibles e intangibles, satisfacen las necesidades de sus usuarios.

Joseph M. Juran, nació en Rumania en 1904. A mediados de los cincuenta, enseñó en Japón conceptos de administración por calidad, contribuyendo también al éxito japonés de la calidad. El enfoque de Juran sobre la administración por calidad se basa en lo que llama la Trilogía de Juran: planear, controlar y mejorar la calidad.

- Planeación de calidad: Todo tipo de organización, producto o proceso. El proceso de planeación de calidad se puede generalizar en una serie de pasos entrada-salida llamado “mapa de planeación de la calidad”, el cual se basa en el pleno conocimiento y satisfacción de las necesidades del cliente.

⁴² RODRÍGUEZ, Jenny y ZÚÑIGA, Zulima, el turismo en Tumaco, problemáticas y alternativas de desarrollo. Universidad de Nariño, San Andrés de Tumaco, 2003.

- Control de calidad: La alta administración debe utilizar actividades de control como retroalimentación de procesos, establecimiento de objetivos, delegación de responsabilidades y aplicación de correctivos, entre otros.
- Mejoramiento de la calidad: Se basa en conceptos tales como, la realización de las mejoras a cada uno de los proyectos, establecimiento de un consejo de calidad el cual se responsabilice de este proceso, reconocimientos a los éxitos generados con mejoras de calidad y entrenamiento de métodos y herramientas para su aplicación.

1.8.13.1 Conceptos de valor al cliente Los esfuerzos de todos los integrantes de la organización deben orientarse hacia la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de los clientes; de ser así éstos la favorecerán con su compra permanentemente. Como dice Deming, “un cliente repetitivo deja 10 veces más beneficios financieros que un cliente convencido mediante campañas publicitarias”. Un cliente satisfecho, además de repetir sus compras en el futuro, será la mejor publicidad que los productos puedan tener.

En su interés por lograr clientes satisfechos, la empresa trata de identificar a sus clientes y las necesidades de éstos para así desarrollar procesos y estrategias que permitan ofrecerles valor a través de sus productos y servicios. Que los consumidores reciban un producto o servicio de calidad es resultado de una larga cadena en la que, a través de diversos procesos, los insumos van recibiendo valor hasta llegar (si ha existido calidad en todo el recorrido) al que finalmente desean, necesitan y esperan los consumidores. La creación de valor para el cliente debe ser el resultado de un proceso planeado con base en la plena identificación de las necesidades y expectativas del mercado. El proceso de planeación estratégica, se enfoca a partir de cuatro cuestionamientos básicos: qué somos y dónde estamos (misión), dónde deberemos estar en el futuro para garantizar nuestra permanencia (visión) y qué planes debemos establecer para dirigirnos hacia allá.⁴³

Dada la naturaleza intangible de los servicios, el cliente los juzga a través de los que percibe y cómo lo percibe; la mezcla de ambas percepciones forma en su mente una imagen que tendrá efecto en juicios posteriores. Lo intangible del servicio no debe ser una excusa para no medir su calidad y la satisfacción del cliente en forma directa o indirecta. Es muy importante que se cuente con sistemas que aseguren no solamente la calidad del producto, sino también la del servicio asociado a éste. Se puede asegurar que las organizaciones de servicios

⁴³ CANTÓ DELGADO, Humberto. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill, 2002.

en la actualidad deben contar con una operación flexible que responda en forma rápida a los deseos y necesidades del consumidor, excediendo sus expectativas. Las empresas de servicio deben desarrollar en los empleados una cultura de servicio en la que su comportamiento se dirija indirectamente a través de valores culturales creados en los diferentes sistemas organizacionales.⁴⁴

1.8.13.2 Doce factores claves en la calidad del servicio

- a. *Escuchar al cliente para definir el servicio y calidad del servicio:* Para ello es preciso determinar cuáles son los atributos más importantes que el cliente valora para adquirir un servicio. Una metodología puede ser la comentada anteriormente, pero existen otras que también resultan eficaces, como las encuestas a los clientes de la competencia, las entrevistas telefónicas con el objetivo de profundizar los resultados cuantitativos obtenidos en las encuestas, los paneles de clientes, las entrevistas personales en visita a los clientes.

- b. *Medir el impacto en la lealtad del cliente.* En calidad total siempre se aplica el dicho “es preferible prevenir que tener que lamentar”. Para mejorar la calidad del servicio se puede medir el impacto de la prevención de los problemas de servicio en la lealtad de la clientela o el costo de su insatisfacción. Si la empresa logra canalizar las quejas del cliente y su problema es solucionado, la lealtad no decrece sustancialmente. Si el problema es solucionado con la primera llamada del cliente, se puede conservar casi toda su lealtad.

- c. *Establecer canales permanentes de comunicación con el cliente:* Una pregunta obvia que se formula la gerencia es ¿Por qué la gente no se queja? Existen al menos 3 respuestas a este interrogante. La primera es que la gente encuentra muy problemático quejarse, por lo general significa pelear. Una segunda respuesta es que a la gente no le importa quejarse pues esto no tiene ninguna consecuencia positiva. La tercera es que no existen canales eficaces para reclamar y quejarse. ¿Cuántas veces ha recibido usted una respuesta satisfactoria a una queja o a un reclamo que haya presentado? ¿Cuánto tiempo gasto innecesariamente? ¿Tenía la empresa un mecanismo ágil para canalizar su queja y resulto fácil localizar a una persona que lo atendiera? ¿Cuánto demora la empresa en solucionar su problema?. La empresa no debe limitarse a conocer las insatisfacciones con el bien o servicio; debe considerar aspectos como acceso telefónico, información telefónica, actitud de servicio, instalaciones, términos y condiciones de venta, entre muchos otros que pueden incluirse en este sistema.

⁴⁴ CANTÓ DELGADO, Humberto. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill, 2002.

- d. *Evaluación de los procesos y productos internos:* Se requiere estudiar internamente los sistemas y procesos con sus resultados o salidas, midiendo tanto el proceso como el producto, para determinar si cumple con las expectativas, necesidades y deseos del cliente. Si efectivamente los sistemas y procesos internos entregan consistentemente lo que el cliente necesita, lo único que se requiere es mantener control sobre ellos en caso contrario, se precisa iniciar el ciclo de mejoramiento con equipos de mejoramiento de calidad inter e intra departamentales.
- e. *Compararse con los mejores:* La comparación con las compañías mejores en calidad de servicio ayuda a establecer en donde está parada la empresa en este aspecto y a determinar cuales son las áreas potenciales de mejoramiento. Hay que tener claro que esto debe hacerse después de conocer lo que el cliente espera, desea y necesita y una vez se hayan documentado perfectamente los sistemas y procesos. La práctica indica, que de no hacerlo así, la comparación frente a los mejores desemboca en un cúmulo de datos e información que no es útil porque no se sabe como aprovecharla.
- f. *Apoderamiento de la gente:* Además de educar a los empleados para fascinar al cliente, también se les debería ceder la autoridad y la responsabilidad necesaria para que afronten los riesgos que consideren precisos con tal de deleitar al cliente. De lo contrario, el proceso no pasará de representar un gasto de dinero, en este caso, en cursos y seminarios que la gente no puede aplicar porque la gerencia no quiere.
- g. *Departamento de servicio al cliente:* Algunas empresas han establecido un departamento de servicio al cliente, encargándolo de coordinar todas las actividades internas y externas necesarias para brindar satisfacción al cliente. Otra han asignado tales funciones a la gerencia de calidad total. Y otra han llegado a establecer una vicepresidencia de satisfacción del cliente. Sin duda, este es un factor clave para enfocar internamente a la empresa hacia la fascinación de los clientes externos.⁴⁵
- i. *Integración con el plan estratégico de mejoramiento:* Las actividades que desarrolle un departamento de servicio al cliente deben ser integradas en un todo con el plan estratégico de mejoramiento de la empresa. No puede dejarse como una rueda en el engranaje, so pena de caer en los mismos corto circuitos organizacionales que presentaron los departamentos de calidad en el pasado.

⁴⁵ MARIÑO, Hernando. Planeación estratégica de la calidad. Tercer Mundo Editores, 1993.

- j. *Reconocimiento a las personas:* Los esfuerzos y resultados que muestren las personas individualmente o mediante trabajo en equipo deben ser reconocidos. Se trata de demostrar un sincero agradecimiento a los empleados que aplican en su trabajo la calidad total.
- k. *Actitud de servicio:* La manera como es tratado el cliente externo es un reflejo de cómo es tratado el empleado. Son dos aspectos muy relacionados, no se puede pensar en uno sin pensar en el otro. Si los empleados son tratados sin respeto y consideración, semejante será el trato que reciba el cliente externo. Se trata de orientar la empresa hacia el cliente, concediendo gran importancia a todos los contactos personales que los integrantes de una empresa mantienen con los clientes y con el público.
- l. *Medir periódicamente el esfuerzo y los resultados obtenidos:* El esfuerzo realizado por la empresa y los resultados que se obtengan en deleitar a la clientela deben ser medidos con el propósito de conocer con hechos ciertos, cual es el grado de progreso que se ha alcanzado, en donde persisten los problemas, que aspectos requieren mayor atención de la gerencia, determinan el impacto de la calidad del servicio en la retención de clientela y la adquisición de nuevos clientes, el porcentaje de participación en el mercado, la percepción de los clientes en relación con la competencia y el volumen de ventas y utilidades.⁴⁶

1.8.13.3 Dimensiones de la calidad del producto Para hacer más operativo el concepto de calidad, referido estrictamente al producto, es útil la diferenciación que hace Garvin (1988) entre ocho dimensiones o factores de la calidad, que aunque diferenciables están relacionados:

Rendimiento: Hace referencia a las características primarias del producto o servicio; se incluyen aspectos vinculados a las especificaciones básicas exigidas por los usuarios del producto o del servicio, las cuales deben servir como soporte de las prestaciones exigidas.

Prestaciones: Abarcan una serie de características secundarias que complementan a las anteriores, configurando el servicio o producto completo y el modo en que este satisface necesidades o deseos del consumidor. En la medida en que las prestaciones son valoradas positivamente por el cliente, se convierten en un arma competitiva importante.

⁴⁶ MARIÑO, Hernando. Planeación estratégica de la calidad. Tercer Mundo Editores, 1993.

Fiabilidad: Se refiere al rendimiento y a las prestaciones esperadas de un producto durante un periodo de tiempo. Se mide en función del tiempo que transcurre antes de la primera avería, así como del coste de mantenimiento y reparaciones.

Conformidad: El grado en que un producto, su proceso de fabricación y/o diseño, se ajustan a unos estándares. Esta dimensión está estrechamente asociada al control estadístico y la normalización de los procesos.

Durabilidad: Esta relacionada con la vida útil del producto, que puede ser entendida de dos modos: a) vida del producto antes de reemplazarlo; b) vida del producto antes de reemplazar sus componentes principales. Desde un enfoque técnico es el periodo de tiempo durante el cual un producto puede ser efectivamente utilizado con un rendimiento y unos requerimientos de funcionalidad por encima de ciertos valores mínimos.

Capacidad de Servicio: Se concreta en cuestiones como un servicio rápido, coste bajo de mantenimiento, y establecimiento de una relación eficaz y eficiente, de carácter profesional, entre usuario y proveedor.

La Estética: Al contrario de la dimensión anterior, siempre ha formado parte del concepto de calidad. Se refiere a la respuesta y las reacciones del cliente ante características del producto tales como tacto, sabor, olor, vista, oído, etc. Se trata de una dimensión que, en alguna medida, depende del juicio de cada persona.

La Calidad Percibida: Refleja la percepción de la calidad asociada a determinados productos en función de la imagen y la reputación que se tiene de los mismos, con independencia de que se haya tenido una experiencia de consumo.⁴⁷

1.8.14 Modelo de competitividad de Porter Un enfoque muy popular para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto en 1980 por Michael E. Porter en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

⁴⁷MORENO LUZÓN, María D., PERIS, Fernando J. y GONZÁLEZ, Tomás. Gestión de la calidad y diseño de organizaciones. Prentice Hall, 2001

1.8.14.1 Amenaza de entrada de nuevos participantes El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

1.8.14.2 Rivalidad entre los competidores Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

1.8.14.3 Poder de negociación de los proveedores Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

1.8.14.4 Poder de negociación de los compradores Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

1.8.14.5 Amenaza de ingreso de productos sustitutos Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios. Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva: economías de escala, diferenciación del

producto, inversiones de capital, desventaja en costos independientemente de la escala, acceso a los canales de distribución, política gubernamental.

1.9 MARCO LEGAL

El contexto jurídico por el cual se reglamenta el turismo es el siguiente:

1.9.1 Ley general de turismo La Ley 300 de 1996 conocida como Ley General de Turismo incluye los elementos básicos que regulan el desarrollo del turismo en Colombia; se sustenta en la trilogía: ordenación, promoción y disciplina. En su artículo primero esta Ley define la importancia de la industria turística, cuando expresa: “El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y cumple una función social. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional”. En tal sentido, la Ley define unos principios por los cuales la industria turística debe regirse:

Según el artículo 40 de la Ley General del Turismo, se reglamentan las obligaciones que como entidad prestadora de este tipo de servicio debe cumplir, como es el pago de las contribuciones parafiscales, aporte que deben realizar estos establecimientos para fortalecer la competitividad, la promoción y el mercadeo a nivel nacional e internacional del turismo.

- *Concertación:* Debe estar presente en el momento de asumir responsabilidades, desarrollar esfuerzos, invertir recursos entre los diferentes agentes de los sectores estatal y privado, nacional e internacional
- *Coordinación:* Donde las entidades del sector público encargadas de la promoción del turismo ejercerán sus funciones de manera coordinada
- *Descentralización:* La responsabilidad del turismo recae sobre los diferentes niveles del Estado, en el ámbito de su jurisdicción
- *Planeación:* Como parte integral del Plan Nacional de Desarrollo, se implementará un plan sectorial, para el desarrollo del turismo
- *Protección al ambiente:* El turismo se realizará fundamentado en un desarrollo ambientalmente sustentable
- *Desarrollo social:* De acuerdo con el artículo 52 de la Constitución Nacional, el turismo permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, actividades consideradas como un derecho social
- *Libertad de empresa:* El turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la Ley de conformidad con el artículo 333 de la Constitución Política
- *Protección al consumidor:* De acuerdo con los requisitos de Ley

- *Fomento*: Esta en manos del Estado la protección y otorgar prioridad integral a las actividades turísticas

1.9.2 Marco institucional La ley le da una mayor categoría institucional al sector turístico y le da al sector privado una participación más activa y efectiva en las políticas de promoción.

La Corporación Nacional de Turismo tiene como función fundamental la administración de los bienes turísticos que son de su propiedad y la promoción e inversión de proyectos turísticos, para lo cual contará con recursos del presupuesto nacional y propios. El Fondo de promoción turística, patrimonio autónomo sin personería jurídica, adelantará acciones en materia de competitividad y promoción turística, interna y externa, con recursos del Presupuesto Nacional, de la Corporación Nacional de Turismo y recursos parafiscales. La Ley crea la policía de Turismo, que administrativamente depende del Ministerio de Desarrollo Económico y disciplinariamente de la Policía Nacional.

1.9.2.1 Plan nacional de desarrollo y plan sectorial de turismo Según el artículo 339 de la Constitución Nacional, corresponde al Ministerio de Desarrollo Económico elaborar el Plan Sectorial de Turismo, en coordinación con el Departamento Nacional de Planeación y en consulta con el Consejo Superior de Turismo. El Plan Sectorial forma parte del Plan Nacional de Desarrollo. Estos planes sectoriales se pueden formular a nivel departamental y municipal.

1.9.2.2 Descentralización turística Dentro del proceso descentralizador, se le atribuyen al Viceministerio de Turismo, funciones para asesorar a las entidades territoriales en todos los aspectos relacionados con el mismo, particularmente en lo que tiene que ver con la elaboración de los planes de desarrollo turístico, información y comercialización. La Ley prevé que el Ministerio de Desarrollo Económico puede celebrar convenios con las entidades territoriales para asesorarlas en el proceso de descentralización y armonizar las políticas turísticas.

1.9.2.3 Medio ambiente La ley presenta varios productos turísticos relacionados con el medio ambiente, como son: Ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo etc; sobre la base de un desarrollo sostenible, ético, económico, social y cultural. Igualmente la ley regula las áreas naturales de reserva, diferentes al sistema de parques nacionales y trae normas sobre planeación, promoción, coordinación institucional y prevé la imposición de sanciones.

1.9.2.4 Turismo de interés social La Ley define al turismo de interés social como un servicio público promovido por el Estado con el propósito de que las personas de recursos económicos limitados puedan acceder al ejercicio de su derecho al descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, mediante programas que les permita realizar actividades de sano esparcimiento, recreación, deporte y desarrollo cultural, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad. El Plan Sectorial de Turismo debe contener normas especiales y Proyectos para apoyar el turismo de interés social. También la ley consagra normas para el turismo juvenil, la tercera edad, los pensionados y los minusválidos.

1.9.2.5 El fondo mixto de promoción turística de Nariño Constituido por la Gobernación, los Municipios de Pasto e Ipiales, las Cámaras de Comercio de Pasto y Tumaco, FENALCO, COTELCO, ACODRES, CORPONARIÑO, PROEXPO y la Corporación Nacional de Turismo. La junta directiva está conformada por cinco miembros y un Director Ejecutivo; su función principal es realizar actividades de promoción del turismo regional. La Promotora de Turismo de Nariño (TURNARIÑO), es una sociedad de responsabilidad limitada, con domicilio principal en la ciudad de Santa Fé de Bogotá. Su Objetivo es fomentar y promover la industria hotelera y turística en Nariño.

1.9.3 Resolución y decretos

- *Resolución 221 de 1999:* Código de Ética del Guía de Turismo
- *Sentencia C-697 de 2000:* Derecho a ejercer profesión u oficio /Libertad de empresa. Agente de viajes y Turismo. (Corte Constitucional)
- *Decreto 1825 de 2001:* Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los Guías de Turismo
- *Resolución 0119 de febrero 12 de 2002:* Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001
- *Decreto 210 de 2003:* Por el cual se determinan los objetivos y la estructura orgánica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones. Artículo 27. Dirección de Turismo
- *Decreto 2062 del 24 de junio de 2004:* Por el cual se otorga la calidad de Zona Franca Turística a los muelles turísticos y marinas deportivas y los terminales de cruceros
- *Resolución 0657 del 8 de abril 2005:* Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia

- *Resolución 0236 del 2 de febrero de 2005*: Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo
- *Resolución 0118 del 28 de enero de 2005*: Por la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el parágrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003

1.10 PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

La metodología usada para la investigación tendrá en cuenta:

1.10.1 Tipo de investigación Los tipos de investigación que se implementarán para el análisis diagnóstico y posterior diseño organizacional del corredor turístico Ipiales-Tumaco son: Exploratorio, Descriptivo - explicativo. Se utilizará el tipo de investigación exploratorio, ya que no se ha encontrado documentación sobre el tema exacto de investigación relacionada con el análisis diagnóstico y organización para el corredor Ipiales-Tumaco, de tal forma que se constituya como importante fuente de información para investigaciones posteriores.

El tipo de investigación descriptivo debido a que se propone identificar elementos y características del problema de investigación, haciendo una caracterización a partir de técnicas específicas en la recolección de información como las entrevistas a profundidad y encuestas, que se aplicarán con el fin de medir o evaluar mediante matrices apropiadas el impacto que se está generando actualmente y a futuro en la actividad turística, permitiendo resolver algunos de los objetivos específicos; también se utilizará el tipo de investigación explicativo que permite responder a las causas que han generado el incipiente desarrollo del turismo en el corredor mediante diagnósticos internos y externos.

1.10.2 Método El método que se implementará en la investigación será el de observación y el Analítico – Deductivo.

El método de observación permitirá hacer un listado completo de los atractivos turísticos potencialmente explotables de cada uno de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco. Se utilizará también el método analítico puesto que se buscará establecer cuáles son las condiciones actuales del sector turístico de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco y también de las entidades encargadas de la promoción del turismo en la región permitiendo establecer las relaciones de causa-efecto y se plantearán alternativas y estrategias que posibiliten la puesta en marcha del proyecto, generando una

relación de los elementos investigados. El método deductivo es el procedimiento que mediante el uso de procesos lógicos parte de lo general hasta llegar a conclusiones particulares, es utilizado ya que a partir de teorías generales dadas por la administración se pretende resolver algunos de los objetivos planteados en relación con la calidad en el servicio, el estudio competitivo de cada uno de los municipios.

1.10.3 Fuentes de información

1.10.3.1 Primaria Se recopilará información a través de entrevistas a profundidad, las cuales se aplicarán a organismos oficiales de turismo, organizaciones gremiales de turismo, y organismos gubernamentales; además a través de encuestas a establecimientos comerciales, agencias de viaje y expertos y observación de cada uno de los municipios con el fin de resolver los objetivos planteados.

1.10.3.2 Secundaria Se formula el análisis diagnóstico y el diseño organizacional, mediante la utilización de medios tales como, Internet, revistas, publicaciones, tesis relacionadas con el sector turístico del departamento y de cada uno de los municipios.

1.10.4 Instrumentos para la recolección de información La recolección de información se hará a través de:

Entrevistas a profundidad que corresponden al método de comunicación estructurado directo. Se observó como ventajas las siguientes:

- Confiabilidad en la información recolectada
- Se puede obtener información adicional a la planteada
- El contar con un cuestionario sirve como guía e indica las pautas a seguir
- El conocimiento del objetivo de la investigación permite la expresión de la información referente a la misma

Encuestas que corresponden al método de comunicación estructurado directo. Se observó como ventajas las siguientes:

- Permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos relacionados con la investigación
- Tiene una fácil aplicación
- El conocimiento del objetivo de la investigación permite la expresión de la información referente a la misma
- Agilidad en el análisis de la información obtenida, mediante la tabulación

La observación será directa, destacándose las siguientes ventajas:

- Interacción directa con el objeto de estudio
- Acepta material no estructurado
- Se puede trabajar con grandes volúmenes de datos
- Confiabilidad en la información recolectada

1.10.5 Procesamiento de la información El procesamiento de la información primaria es realizado mediante el análisis de los datos en las hojas de cálculo del programa Excel.

1.10.6 Diseño de la investigación El diseño que se utilizó en la investigación es de tipo formal.

1.10.6.1 Definición de la población

- Entidades Promotoras de Turismo: El Fondo Mixto de Cultura y Turismo, la Oficina de Turismo y la Agencia Local de Desarrollo
- Entidades Gremiales: La asociación de hoteles (Cotelco)
- Entidades Ambientales: Corponariño Ipiales, Parques Nacionales Naturales
- Entidades Gubernamentales: Planeación Departamental
- Entidades Municipales: Alcaldías Municipales, Secretarías Municipales de Planeación y Casas de Cultura Municipal
- Establecimientos comerciales tales como restaurantes y hoteles de los municipios de Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte y Tumaco
- Agencias de viajes de la ciudad de Pasto, Ipiales y Tumaco
- Expertos en marketing turístico

1.10.6.2 Identificación del marco muestral A poblaciones finitas menores a 30 se adoptó un mecanismo de censo:

- ✓ Se aplicaron un total de 25 entrevistas a entidades
- ✓ Se realizaron un total de:
 - N= 5 encuestas en restaurantes de Aldana
 - N= 2 encuestas en hoteles de Guachucal
 - N= 8 encuestas en restaurantes de Guachucal
 - N= 1 encuestas en hoteles de Cumbal
 - N= 8 encuestas en restaurantes de Cumbal
 - N= 1 encuestas en restaurantes de Sapuyes
 - N= 2 encuestas en hoteles de Mallama
 - N= 5 encuestas en restaurantes de Mallama
 - N= 4 encuestas en hoteles de Ricaurte
 - N= 5 encuestas en restaurantes de Ricaurte
 - N= 6 encuestas en Agencias de viajes de Ipiales
 - N= 2 encuestas en Agencias de viajes de Tumaco
- ✓ Se efectuaron visitas a los lugares objeto de estudio, y mediante la observación se realizó el portafolio de atractivos turísticos del corredor Ipiales-Tumaco.

Para los expertos en Marketing turístico se efectuó un sondeo de 30 encuestas, correspondientes a egresados de las tres cohortes del diplomado en Gerencia en Marketing Turístico en convenio Adel-Sena y estudiantes de la maestría en Mercadeo de la Universidad de Nariño.

Para la población finita mayor a 30 unidades, la muestra se calcula de la siguiente manera:

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(N-1) e^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

$$Z = \text{nivel de confianza} = \frac{\alpha}{2} = 1.96$$

N = Población (hoteles, restaurantes y agencias de viaje)

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error

n = Número de encuestas

N= 116 restaurantes de Ipiales

N= 59 hoteles de Ipiales

N= 34 restaurantes de Tumaco

N= 35 hoteles de Tumaco

N= 34 agencias de viaje de Pasto

P= 0.5

Q= 0.5

e= 5% = 0.05

n?

$$n = \frac{(1.96)^2 (116)(0.5)(0.5)}{(116 - 1) 0.05^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \quad n=90$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (59)(0.5)(0.5)}{(59 - 1) 0.05^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \quad n=51$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (34)(0.5)(0.5)}{(34 - 1) 0.05^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \quad n=31$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (35)(0.5)(0.5)}{(35 - 1) 0.05^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \quad n=32$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (431)(0.5)(0.5)}{(431 - 1) 0.05^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \quad n=31$$

Entonces:

n= 90 encuestas en restaurantes de Ipiales

n= 51 encuestas en hoteles de Ipiales

n= 31 encuestas en restaurantes de Tumaco

n= 32 encuestas en hoteles de Tumaco

n= 31 encuestas en agencias de viajes de Pasto

Muestreo: Se empleará el Muestreo Aleatorio Simple de manera que todos los elementos de la población tengan igual probabilidad de ser elegidos y sean una representación importante de la población objeto de estudio.

1.10.7 Selección de la muestra El procedimiento para el muestreo es probabilístico, es decir, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos, a través de una selección aleatoria de las unidades de análisis.

2. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO

Para la realización del diagnóstico sobre el sector turístico del Corredor Ipiales-Tumaco se tienen en cuenta elementos como las entrevistas a profundidad dirigidas a entidades de nivel departamental y municipal que se relacionan directamente con el turismo, encuestas a los sectores relacionados con la cadena productiva del turismo como son los restaurantes y hoteles de cada uno de los municipios, encuestas a agencias de viaje y expertos en marketing turístico; además de la observación directa sobre los atractivos turísticos de cada uno de los municipios; con el fin de definir un análisis situacional del corredor turístico Ipiales - Tumaco.

2.1 DIAGNÓSTICO INTERNO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CORREDOR

2.1.1 Auditoria organizacional del corredor turístico Ipiales – Tumaco Para la realización del diagnóstico interno se utilizó una serie de variables acordes a la determinación de la situación actual e interna del sector turístico en el corredor Ipiales – Tumaco; además de la realización de un inventario de los atractivos turísticos que son potencialmente explotables con el fin de que los resultados suministren los elementos esenciales para la formulación de estrategias competitivas. Se utilizan encuestas a entidades gubernamentales locales y encuestas en establecimientos; además de la observación sobre los atractivos turísticos que permitan definir el estado de las capacidades propias del corredor.

2.1.1.1 Análisis de entrevistas dirigidas a alcaldías, secretarías de planeación y casas de cultura municipal

Municipio de Ipiales: Las entrevistas realizadas en el municipio de Ipiales, fueron atendidas por el Secretario de gobierno, el Director de Planeación, Asistente del área de Planeación y Director Casa de la Cultura, en las cuales se recopiló la siguiente información:

Los atractivos nombrados por los representantes entrevistados son: Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, puente internacional y natural de Rumichaca, zona natural y paisajística del corregimiento de la Victoria, Piedra de los Monos que pertenece a Potosí (primer laboratorio de los indígenas). El municipio cuenta con

atractivos de carácter arquitectónico, histórico, religioso, natural y paisajístico, demostrando que existe gran potencial en cuanto a la parte turística que puede ser aprovechada en beneficio de toda la comunidad.

Las manifestaciones culturales que más se destacan son:

- Festividades y eventos: Fiestas decembrinas, Carnavales de negros y blancos, Fiestas de la municipalidad en octubre
- Étnicas: Resguardos de Ipiales, Yaramal, San Juan, Santa Rosa, Sucubíos, humaricanque
- Musical: Música indígena, influencia de la música ecuatoriana
- Gastronomía: Cuy, Mazamorra, Chicha

La existencia de gran variedad de manifestaciones culturales en la parte étnica del municipio, permiten demostrar la existencia y continuidad de las raíces indígenas del departamento de Nariño; en cuanto a las festividades y eventos se destacan los carnavales quizá por la gran representatividad cultural que se demuestra con los desfiles, carrozas y comparsas que son llamativas a personas que vienen de otras regiones y países.

Los proyectos definidos por cada uno de los entrevistados fueron disímiles, pese a que dos de las entrevistas se realizaron en una misma área, es así como el Director de Planeación nombro proyectos como la declaratoria de bienes de interés cultural de la Basílica de Nuestra Señora de las Lajas y del puente natural de Rumichaca y la antigua casa de aduanas, mediante el plan parcial que contiene normatividad y reglamentación en cuanto al manejo del casco urbano de las Lajas (proyecto del POT) y la restauración y valoración del puente natural y la antigua casa de aduanas de Rumichaca (proyecto no incluido en el plan de desarrollo), la construcción de un terminal de carga que permita limpiar a la ciudad de las tractomulas y el tráfico pesado; el asistente del área de Planeación nombro proyectos como el mantenimiento de vías, mantenimiento de servicios públicos, tecnología, telecomunicaciones y el apoyo al sistema hotelero. Con relación a la Casa de la Cultura se han creado proyectos para la generación de programas continuos como escuelas de música, danza, pintura, biblioteca (dotada con libros sobre la región); estos proyectos contribuyen en gran medida para que las costumbres no se pierdan y poder constituir un turismo donde las fiestas y eventos generen gran afluencia de visitantes. Tales respuestas permiten deducir que existe desorden y desconocimiento de los proyectos que se han definido en el plan de Desarrollo de este municipio impidiendo que el sector turístico tenga beneficios claros y contundentes, en cuanto al desarrollo en infraestructura y planta física del

municipio para hacerlo más atractivo a los turistas; además no existen políticas claramente definidas, que le permitan al municipio de Ipiales el aprovechamiento del gran polo de desarrollo turístico con que cuenta como es el Santuario de las Lajas.

Las iniciativas que han tomado las entidad para contrarrestar el problema de la inseguridad social son convocar consejos de seguridad para establecer las políticas de seguridad ciudadana, además de un apoyo financiero para la dotación de elementos a las instituciones de seguridad; contribuyendo en gran medida con la oferta de garantías a los turistas que visitan los atractivos del municipio. En el municipio no se han desarrollado proyectos relacionados con turismo donde actué gran parte de la comunidad, demostrando la falta de interés y trabajo en equipo que fomente el desarrollo económico del municipio. En Ipiales no existe asociatividad por parte de las entidades privadas; algunos entes oficiales han conformado una comisión fronteriza colombo ecuatoriana que busca el apoyo al sector turístico principalmente en Rumichaca, lo cual permite un cooperativismo entre países que se podría consolidar en un mercado importante para beneficio del corredor Ipiales-Tumaco.

No se ha contemplado la capacitación en cuanto a atención al turista en el municipio evitando el incremento en la demanda. En cuanto a la capacidad en infraestructura turística, la respuesta indica que Ipiales está preparado para fomentar el turismo con su capacidad hotelera de más de 30.000 huéspedes, al igual que cuenta con variados restaurantes que van acorde a los deseos y necesidades de los turistas; teniendo en cuenta que la planta física es un aspecto indispensable en el sector turístico se puede afirmar que el municipio posee una gran fortaleza que contribuye con el corredor Ipiales-Tumaco que puede ser aprovechada para el desarrollo económico del municipio. Las investigaciones que se han adelantado para mejorar los productos que se ofrecen a los turistas están enfocadas en la capacitación a los artesanos para las muestras artesanales y artísticas que se presentan en carnavales, este tipo de actividades permiten el fortalecimiento del sector turístico de la región en el nivel cultural, permitiendo desarrollar productos de calidad que sean atractivos a los visitantes. En cuanto a la promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que posee el municipio, se ha realizado un plan parcial del corredor turístico de las Lajas, el cual se ha enviado al ministerio de cultura para que se lo declare como un “monumento patronal nacional”; siendo el único mecanismo que se haya utilizado para promocionar uno de los atractivos turísticos del municipio, dejando de lado otros atractivos propios de la región. Los representantes del gobierno local que fueron entrevistados, coinciden en que los turistas que visitan su municipio son personas que se dirigen principalmente al Santuario de las Lajas, como los extranjeros provenientes del Ecuador y propios de la región y el interior del país, identificándose con ello el nicho de los peregrinos. Los directores de Casa de la

Cultura y Planeación aseguran que existe otro nicho que proviene de Colombia y Ecuador son los que arriban por cuestiones de negocios e intercambio comercial por constituirse en una zona fronteriza; un nicho identificado por el director de la Casa de la Cultura es el que corresponde a los turistas que viajan a esta región por los carnavales de negros y blancos, siendo un nicho interesado en festividades y eventos.

La finalidad del director de la Casa de Cultura de Ipiales es promover el desarrollo cultural de la región y apoyo a la investigación, creación y difusión, lo cual indica que las actividades que realiza esta dependencia se ven estrechamente ligadas a la actividad turística, por cuanto se dedica a la conservación de las tradiciones, música, leyendas, danzas y mitos propias de las regiones, convirtiéndose en una fortaleza que permite el desarrollo turístico del corredor Ipiales-Tumaco. Con relación a la atención y calidad de los servicios ofrecidos en el municipio, el director de la Casa de Cultura considera que los turistas son muy bien atendidos y se les complace todos sus deseos, siendo tal respuesta condicionada a ser afirmativa por cuanto es una de sus responsabilidades promover el buen nombre del municipio, para lo cual se utilizará otros mecanismos para corroborar este hecho.

Los productos innovadores que ofrece el municipio son los tejidos en lana de oveja, alfajores (dulces hechos a base de maíz y panela), muebles en madera con gran calidad; tales elementos pueden ser generadores de un adecuado desarrollo económico y empresarial de la región ya que es conocido que la industria del turismo reconoce las artesanías y productos autóctonos de las regiones convirtiéndolos en valores agregados para el turista. Los ingresos del turismo se generan mediante el cobro del impuesto de industria y comercio que se cobra a los diferentes establecimientos relacionados con el turismo, pero no se tiene una cifra exacta de ello; demostrando la poca cultura turística y la deficiente organización administrativa del sector que permita conocer el desarrollo generado por el turismo en el municipio.

Municipio de Aldana: En el municipio de Aldana no se realizó entrevistas a Planeación y Casa de la Cultura municipal por cuanto no existen tales organismos en la región; la entrevista realizada para el presente estudio fue hecha gracias a la colaboración del Alcalde quien para la época en la cual se realizó el trabajo de campo, coincidió con la finalización de su mandato; en esta entrevista se recopiló la siguiente información:

Los atractivos que se consideran como turísticos por el Alcalde del municipio son el Aeropuerto San Luís en donde en Agosto se realiza concurso de cometas,

producción de leche y queso, criaderos de cuyes, Ciénaga larga que produce el agua para las 8 veredas del municipio (3 Kmt de extensión) y el Cerro Gordo. No todos los atractivos que nombra el funcionario pueden ser considerados como turísticos por cuanto gran parte de ellos carecen de características propicias para el turismo, sin embargo este municipio puede ofrecer un turismo de naturaleza y paisajístico que muy posiblemente llenará las expectativas de los turistas.

Las manifestaciones culturales de este municipio que más se destacan son:

- Festividades y eventos: Fiestas patronales 12 de Octubre, Virgen del Pilar patrona del municipio
- Etnicas: Cabildo llamado Resguardo de Pastas (80% población indígena, 70% tierras de resguardo)

Los proyectos dentro del plan de desarrollo que pueden fomentar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio son las granjas de cultivos biológicos, que podrían brindarle calidad y atributos característicos a sus productos. No existen políticas definidas por parte de los organismos gubernamentales del municipio, con respecto al turismo lo cual se constituye en una gran debilidad para tal sector. Existen investigaciones en cuanto al mejoramiento de los productos lácteos que se ofrecen a los visitantes, haciendo que el concepto de calidad este presente en sus productos. Con respecto a la asociatividad de entidades oficiales y privadas para generar desarrollo turístico en la región el alcalde del municipio comentó que la ARD de Colombia ha permitido crear asociaciones de generación de empleo en granjas demostrativas de hortalizas, criaderos de cerdos, de cuyes y elaboración de abonos orgánicos; lo cual indica los intereses que posee el municipio por actividades distintas al turismo. En cuanto a proyectos relacionados con turismo en el municipio se han dado asociación de mujeres cabeza de familia que realiza el teñido de la lana de oveja, otro tipo de asociación que brinda al turista la gastronomía del municipio, es la de los fines de semana en San Luís; esta respuesta da a conocer el interés y trabajo en equipo de los habitantes del municipio que se convierte en una fortaleza a la hora de implementar un proyecto turístico.

Para contrarrestar el problema de la inseguridad social, existe la autoridad del cabildo y vigilancia indígena sin armas; este respaldo contribuye con la seguridad del municipio pero se requieren mayores esfuerzos para garantizar la seguridad de los pobladores y los turistas para efectos del presente estudio. Hay inexistencia de capacitación por cuanto se carece de una cultura turística e interés por los entes gubernamentales municipales y privados en la inversión en infraestructura,

promoción de los atractivos de la región y planta física en cuanto a hoteles y restaurantes, lo cual impide el desarrollo del sector turístico en el municipio y se constituye en una debilidad para el corredor Ipiales-Tumaco.

Municipio de Guachucal: Las entrevistas realizadas en el municipio de Guachucal, fueron atendidas por el Alcalde Encargado, Director de Planeación y secretario de desarrollo comunitario (encargado de la cultura del municipio), en las cuales se recopiló la siguiente información:

Los atractivos naturales con que cuenta este municipio son el Páramo Paja Blanca, Laguna de la Bolsa, Cerro de Colimba; tales respuestas dan a conocer que el municipio se puede especializar en un agroturismo, ecoturismo o turismo de aventura gracias a las características que posee el Cerro de Colimba.

Las manifestaciones culturales del municipio que más se destacan son:

- Festividades y eventos: Fiestas patronales
- Etnias: Los resguardos de Guachucal, Colimba, Muellamues
- Música: Música campesina, Grupos folclóricos
- Cultura: Grupos de danza y de expresión artística
- Gastronomía: Cuy

La alcaldía y planeación coinciden en afirmar que uno de los proyectos del Plan de Desarrollo que contribuyen con el sector turístico es la adecuación y reforestación del Páramo Paja Blanca, además existen otros proyectos relacionados con la Laguna de la Bolsa en cuanto a senderos y recuperación de esta propiedad. Otras respuestas dadas únicamente por el Director de Planeación son: la adecuación de las carreteras mediante el plan 2005 de Invías para el trayecto Guachucal-Espino y la vía Ipiales-Guachucal, la recuperación y fomento de la práctica de parapente en el Cerro de Colimba; estos proyectos contribuyen en gran medida para atraer los mercados interesados en un turismo de aventura. El director de Cultura comenta que existen proyectos para la construcción de una casa cultural moderna y se han realizado folletos con los principales accidentes geográficos, estructura de los pueblos y veredas, para promocionar el municipio. El orden gubernamental del municipio no tiene políticas que fortalezcan y apoyen el sector turístico de la región, lo que le ha impedido la explotación de todas las potencialidades ofrecidas por sus atractivos turísticos.

Las iniciativas que han tomado las entidades para contrarrestar el problema de la inseguridad social, son la solicitud de colaboración del ejército con los soldados campesinos, ampliar la fuerza pública con la policía nacional; acciones que contribuyen con la seguridad para los turistas y visitantes del municipio. Hay Inexistencia de proyectos para el desarrollo del turismo. No hay capacitación en cuanto a atención al turista impidiendo el desarrollo adecuado del sector turístico en la región y con respecto a la infraestructura turística hay pocos restaurantes y hoteles que permite deducir la insuficiencia en planta física en el momento en que se presente una expansión en la demanda turística. Los entrevistados respondieron de forma negativa ante la existencia de proyectos turísticos liderados por las entidades gubernamentales donde actué la comunidad y la asociatividad de entidades oficiales y privadas para generar desarrollo turístico en su región, convirtiéndose en una gran debilidad que impide el aprovechamiento de los recursos en materia de turismo. El municipio no se ha preocupado por realizar investigaciones que contribuyan con el mejoramiento de los productos que se pueden ofrecer a los potenciales visitantes, demostrando la carencia de una cultura turística que contribuya con el desarrollo del municipio.

En cuanto a la promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que posee el municipio, actualmente esta en proceso la elaboración de una revista turística del municipio, demostrando la falta de interés por promocionar los atractivos y atraer grandes mercados turísticos. Los representantes de la Alcaldía y de la Casa de la Cultura afirman que la gente que visita el municipio es proveniente de Norte América, del Ecuador y del interior del país (En menor proporción por problemas de orden público regional) para visitar el Volcán Nevado de Cumbal y la Laguna de la Bolsa, más comúnmente llamada Laguna de Cumbal, para hacer una visita ecoturística y también para realizar estudios a las comunidades y a los recursos naturales de flora y fauna. Los nichos identificados son los ecoturistas, aventureros y también los investigadores. Este municipio aprovecha la oferta de servicios hoteleros por cuanto Cumbal que dista apenas 15 minutos cuenta con un solo hotel para atender los visitantes de todos sus atractivos; otro nicho nombrado por el director de Planeación es el correspondiente a la gente que visita a sus parientes y que desea pasar vacaciones en el municipio, siendo representado por los estudiantes universitarios y profesionales o técnicos que laboran fuera del municipio.

Las funciones que cumple el Director de la Casa de Cultura se enfocan en la atención a la comunidad y proyección mediante planes de asociatividad, programas a los diferentes grupos comunitarios; estas funciones contribuyen en gran medida con el desarrollo del municipio, pero es necesario establecer funciones que estén encaminadas a la conservación cultural con respecto a las costumbres, tradiciones, folclore, y representaciones artísticas que permiten hacer

de la región un polo de desarrollo turístico. Casa de Cultura caracteriza la atención al turista con la tranquilidad y amabilidad de la gente del municipio.

Los productos que se consideran innovadores para los visitantes y turistas son los productos derivados de la leche, los tejidos y los cultivos orgánicos; permitiendo concluir que existe gran potencial en el agroturismo y existen productos que mediante la comercialización directa con el turista pueden generar un incremento en la economía del municipio. En cuanto al porcentaje del presupuesto municipal que proviene de actividades relacionadas con el turismo no se obtuvo una respuesta clara por cuanto no existen identificados tales datos por la baja actividad turística del municipio.

Municipio de Cumbal: Las entrevistas realizadas en Cumbal, corresponden a la administración local que se estrenaba desde algunas semanas atrás, tales entrevistas fueron atendidas por el Secretario de Gobierno, Director de Planeación y Director de Cultura, en las cuales se recopiló la siguiente información:

Los atractivos turísticos naturales con que cuenta este municipio son: El Volcán Cumbal, la Laguna de la Bolsa, el Volcán Chiles, las fuentes termales en Chiles, la Piedra de Machines y ser catalogado como municipio indígena el 90% de su población total. Estos atractivos poseen características que a simple vista hacen que el municipio posea potencialidades en el turismo de aventura, ecoturismo y etnoturismo, constituyéndose en una de las regiones con mayores características para atraer un mercado tanto nacional como extranjero.

Las manifestaciones culturales del municipio que más se destacan son:

- Étnicas: Los resguardos de el Gran Cumbal, Chiles, Panan y Mayasquer.
- Música: Grupos musicales indígenas y folclóricos
- Gastronomía: Cuy, habas, queso, trucha arco iris, helado de paila, champús y chicha
- Cultura: Grupo de danzas

En el municipio existe gran representatividad a nivel étnico, gastronómico y musical, que permite demostrar los atractivos ofrecidos a visitantes tanto de otros departamentos como del extranjero.

En relación a los proyectos dentro del plan de desarrollo que pueden fomentar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio el Alcalde y el Director de planeación afirman que existen intenciones en formular el plan de desarrollo para generar empleo mediante el turismo y el ecoturismo con la creación de complejos turísticos en el volcán Cumbal, la laguna de la Bolsa, el volcán Chiles y sus aguas termales. Otro proyecto que se piensa formular por parte del Director de Planeación es la adecuación de los dos corredores viales que son el corredor Chiles-Cumbal y la vía que conduce desde Cumbal a la laguna de la Bolsa; El director de Cultura pretende crear la casa de la cultura con escuelas de danza, música y artes para aprovechar el talento y valores en cuanto a artesanías, tejidos, ebanistería y tallados en piedra; además de la creación del museo arqueológico del municipio hecho que no fue nombrado por los demás entrevistados por olvido o porque son intenciones aún no discutidas. Si todos los proyectos nombrados por estas personalidades son ejecutados, el municipio podría fortalecer sus potencialidades en materia de etnoturismo, agroturismo, ecoturismo y turismo de aventura generando un mayor dinamismo económico en la región.

En cuanto a las políticas institucionales manejadas con respecto al turismo existe contradicción ya que el Alcalde respondió que no existen políticas, mientras que el director de Planeación plantea que hay una política de formulación de proyectos de recreación y turismo por parte de la alcaldía con ayuda del estado; no se han realizado ningún tipo de acción para contrarrestar el problema de la inseguridad social; además no existe una cultura turística que permita el desarrollo de proyectos por parte de las entidades gubernamentales donde participe la comunidad. Estas respuestas pueden ser condicionadas a factores como el poco tiempo que llevan al frente del municipio y al poco adelanto que tuvieron en materia de turismo las administraciones pasadas.

Con respecto a la asociación con entidades oficiales y privadas para generar desarrollo turístico en la región el funcionario de planeación afirma que el Centro de Estudios Superiores Maria Goretti ha elaborado proyectos sobre la cultura de Cumbal sin llevarlo a la práctica y que Corponariño a realizado la adecuación de criaderos de peces en la laguna y protección ambiental; pese a estas iniciativas hace falta aún mas cooperativismo en la región por parte de las entidades tanto oficiales como privadas para el desarrollo de propuestas y proyectos que fomenten aún mas el turismo en la región. No hay ningún tipo de capacitación en cuanto a atención al turista lo que impide que las grandes características que posee el municipio no sean aprovechadas en beneficio del turismo; además no cuentan con una planta física suficiente para albergar un número considerable de turistas y visitantes; así también no eexisten investigaciones que contribuyan con el mejoramiento en la calidad de los productos ofrecidos a los turistas. Hay inexistencia de promoción de los atractivos de la región generando desconocimiento de los potenciales turistas que desearían conocer la diversidad

en turismo de aventura y ecoturismo que posee el municipio. Los tres representantes están de acuerdo en que los nichos de mercado de su municipio provienen de países extranjeros principalmente de Ecuador y Estados Unidos, y de los diferentes departamentos de nuestro país que visitan el Volcán Nevado de Cumbal y la Laguna de la Bolsa, aunque estas visitas se han disminuido por la inseguridad generada por los grupos al margen de la ley; los nichos específicamente están compuestos por los ecoturistas, aventureros e investigadores.

Las funciones del Director de la Casa de Cultura están encaminadas a hacer prevalecer la cultura mediante el rescate de valores culturales y dar a conocer las manifestaciones artísticas y culturales a otros municipios y departamentos; éstas funciones están directamente relacionadas con el desarrollo turístico del municipio ya que la representatividad cultural es uno de los polos de desarrollo turístico que actualmente atrae la atención de visitantes tanto del orden nacional como internacional. En cuanto a la evaluación sobre la atención al turista por parte de los habitantes del municipio el Director de la Casa de Cultura considera que los habitantes del municipio son amables y dan a conocer a los turistas la belleza paisajística que poseen. Existe variedad de productos como los tejidos, los helados de paila famosos por la elaboración realizada con hielo extraído del nevado Cumbal, champús, cuy y la trucha arcoiris que proviene de la Laguna de la Bolsa más conocida como Laguna de Cumbal; permitiendo concluir que existe gran potencialidad de productos naturales propios de la región y sobretodo de sitios naturales que se pueden convertir en un factor atractivo para los diferentes nichos de mercado turístico.

No existen ingresos provenientes de actividades relacionadas con el turismo porque las propiedades y los servicios son de carácter privado; demostrando que aunque existe actividad turística en el municipio, la administración no se ha involucrado con el proceso de fomento y control de sus recursos turísticos.

Municipio de Sapuyes: En el municipio de Sapuyes las entrevistas realizadas para el presente estudio fueron atendidas por el Alcalde y el Director de Planeación (Se debe tener en cuenta que el municipio no tiene Casa de la Cultura), en las cuales se recopiló la siguiente información:

Los atractivos turísticos con que cuenta este municipio son: La Piedra de Cara construida por los indios para el cacique Sapuyano, la piedra de los Monos, Páramo paja Blanca, las aguas termales “El Salado” y la Reserva Natural “El Azufra”. Estas respuestas dan a conocer que el tipo de turismo en el que se puede especializar esta región es el etnoturismo y el ecoturismo.

Las manifestaciones culturales del municipio que más se destacan son:

- Festividades y eventos: Fiestas de San Pedro, San Pablo y el Señor de las Misericordias
- Gastronómicas: El Cuy, champús, chicha, mote, tamales y la mazamorra
- Musicales: La Banda Municipal, grupos folclóricos y musicales
- Historia (Mitos y leyendas): Las brujas, el duende, la viuda

El municipio se caracteriza principalmente por la connotación que se le ha dado al aspecto mítico con relación a la existencia de brujas en esta región que es llamativo y genera gran interés y curiosidad por parte de los visitantes.

El Alcalde sugiere que en el Plan de Desarrollo del municipio existen proyectos encaminados a fortalecer el turismo, mediante el lanzamiento de campañas publicitarias para el desarrollo de actividades ecoturísticas en la “laguna verde” y páramo “Paja Blanca”, al igual que la formulación del plan estratégico de desarrollo ecoturístico en los sistemas estratégicos Azufral y Paja Blanca, la instalación de puestos de observación control y vigilancia en las áreas naturales protegidas y la Creación de ecoparques en el Espino y Sapuyes; a diferencia del Director de Planeación que comenta sobre un proyecto a largo plazo sobre la utilización de casas turísticas tanto en el páramo Paja Banca como en la vía que conduce a la laguna Verde. Debido a la dualidad de las respuestas se puede concluir que no existe claridad sobre los proyectos del Plan de Desarrollo, así como de políticas turísticas que se puedan implementar a favor del turismo en la región. Debido a que la inseguridad en el municipio es mínima no se han tomado iniciativas frente a este hecho y únicamente se contrarresta con 40 efectivos de la policía quienes ejercen el control de la zona; A pesar de que en el municipio no existe la presencia de grupos insurgentes, el gobierno municipal debe diseñar planes de contingencia ante un posible incremento del mercado turístico que exige ante todo seguridad. No existe apoyo gubernamental para la participación de la comunidad en cuanto a proyectos relacionados con turismo, por cuanto el turismo es incipiente en la zona. Hay carencia de asociatividad tanto de entidades oficiales como privadas, dando a conocer el desinterés por el sector turístico de la región, lo que se constituye en una debilidad para el corredor Ipiales-Tumaco.

No existe capacitación en cuanto a atención al turista y la planta física con que cuenta el municipio es insuficiente, ya que no hay hoteles y únicamente existe un restaurante, impidiendo el desarrollo del sector turístico con todas las condiciones que exige un municipio turístico. No hay una adecuada cultura turística que permita generar investigaciones que mejoren la calidad de los productos que son

atractivos a los turistas y tampoco cuentan con estrategias de marketing para dar a conocer los atractivos que poseen en relación con el misticismo de la región, limitando la divulgación de sus atractivos turísticos. Con respecto a las características que tienen los turistas que visitan el municipio las respuestas por parte del Alcalde y el Director de Planeación no fueron claras, tal vez se debe al desconocimiento del término “nichos de mercado” o a la poca afluencia de visitantes que impide definir un determinado grupo de personas con características similares; la respuesta realizada por el Director de Planeación se acerca al término al afirmar que los turistas son alemanes, los cuales conocen de las propiedades medicinales del agua de la laguna verde; permitiendo deducir que el nicho que atrae el municipio es el conformado por los turistas que buscan relajación y la salud naturista. No se percibe ningún rubro por la actividad turística que tiene el municipio; permitiendo determinar la desorganización y el bajo desarrollo turístico que posee el municipio, lo cual indica que es necesario establecer proyectos, estrategias y mecanismos que permitan desarrollar el potencial turístico del municipio.

Municipio de Mallama: En el municipio de Mallama las entrevistas realizadas para el presente estudio fueron atendidas por el alcalde, Director de Planeación y Director de Casa de Cultura, en las cuales se recopiló la siguiente información:

Los atractivos naturales con que cuenta este municipio son: Las Reservas el Azufral, el Rollo, Betania, Gualcalá, Pueblo Viejo y las aguas termales en Tercán y en Guaisés, además del cerro del dedo de Dios, la Piedra Ancha sobre el río Guabo y la Piedra del Mapa en la vereda del Arco. Esto demuestra que el municipio tiene gran riqueza natural que puede ser aprovechada mediante una promoción adecuada haciendo énfasis en el ecoturismo.

Las manifestaciones culturales del municipio que más se destaca son:

- Festividades y eventos: Día del campesino, Día del indígena, fiestas del Patrono Santiago Apóstol y San Miguel Arcángel
- Etnias: Cabildo indígena el Gran Mallama y los petroglifos
- Música: Grupos de música campesina y los talentos reconocidos fuera de la región
- Gastronomía: Cuy, mazamorra, maíz y alfeñiques
- Bebidas: Guarapo, chapil, mistela y vinete

El municipio se destaca a nivel gastronómico, musical y su mayor atractivo es la variedad de bebidas que se fabrican con insumos extraídos de la caña de azúcar, haciendo que el municipio tenga grandes potencialidades en cuanto a los productos que se pueden ofrecer a los turistas.

Los proyectos planteados que se relacionan con el turismo no están definidos, ya que las respuestas dadas a esta pregunta difieren en las respuestas de los entrevistados, donde el Alcalde plantea proyectos de concientización del rescate de los usos y costumbres, fortalecimiento de la casa de la cultura, apoyo a los carnavales y búsqueda de la declaración de las reservas naturales y centro de estudios de alta montaña; mientras que el Director de Planeación plantea el aprovechamiento de las aguas termales mediante la construcción de algunas piletas o piscinas, la creación de la carretera a la Chorrera de Piedrancha y la restauración de las casa-posadas. En el caso de la Casa de la Cultura existen proyectos de consecución de la biblioteca pública y de la banda municipal; sugiriendo que los proyectos mencionados obedecen a los intereses de los entrevistados y no están plasmados en un documento; aunque no se tenga claridad en los planes y proyectos del plan de desarrollo, la ejecución de los descritos le podrían proveer un crecimiento sustancial al sector turístico del municipio. Existe una política de fortalecimiento mediante la financiación de proyectos relacionados con ecoturismo, esta política permitirá en un futuro contar con ecosistemas que cuenten con la planta física e infraestructura apropiada a los deseos y necesidades de los turistas.

Las acciones para contrarrestar el problema de la inseguridad social más representativas son las manifestaciones públicas para exigir a los actores armados que disminuyan el conflicto, mediante la ayuda de los organismos de derechos humanos, la defensoría del pueblo, personería y parroquia municipal; lo cual no es suficiente y que se requiere ayuda del gobierno central para contrarrestar de manera efectiva y mejorar la imagen que posee el municipio en el orden departamental y nacional. Hay inexistencia de proyectos liderados por las entidades gubernamentales donde la comunidad juegue un papel importante para el desarrollo del turismo. No existe asociatividad en las entidades de carácter privado para la generación de desarrollo turístico en la región, pero existe disposición del Sena para el desarrollo del plan de turismo y ejecución de proyectos; Indicando el papel del Sena en contribuir con la capacitación y formulación de proyectos que junto con el gobierno municipal y el apoyo de las entidades privadas pueden generar desarrollo turístico en la región y pueda cambiar el panorama actual de nula capacitación en cuanto a atención al turista por la carencia de cultura turística en la comunidad y sus dirigentes municipales. El municipio ofrece una buena planta física en cuanto a restaurantes y sitios de esparcimiento, pero hay deficiencia en la parte hotelera; esto demuestra que el

municipio tiene algunas condiciones que se pueden aprovechar en el campo turístico como la oportunidad de creación de empresa.

Con respecto a las investigaciones que se han adelantado para mejorar los productos que se ofrecen a los turistas, se ha realizado un diagnóstico artesanal de la tetera, fique y lana en Pueblo Viejo mediante el asocio de la Universidad de Nariño, Gobernación de Nariño, Alcaldía Municipal y Laboratorio de diseño para mejorar las artesanías; este aspecto se convierte en una fortaleza que posee el municipio en cuanto al mejoramiento en la calidad de los productos que se puede constituir en un polo de desarrollo y de gran demanda por parte de los turistas.

En cuanto a la promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que posee el municipio, el Alcalde afirma que se utilizan medios nacionales como Señal Colombia y Canal Uno en asocio con los organismos de derechos humanos y la defensoría del pueblo y medios regionales como diario del sur, canal CNC y la emisora comunitaria, en los cuales se trata de reflejar una buena imagen del municipio; respuesta que permite identificar el interés por el gobierno local por implementar estrategias de marketing que se pueden aprovechar para dar a conocer el aspecto turístico y positivo de la región. Las tres entrevistas que se realizaron están de acuerdo en que los visitantes a la región son personas que retornan a visitar a sus familiares en épocas de vacaciones, es decir, estudiantes universitarios, personas que trabajan en otras partes del departamento en especial del municipio de Pasto y familiares de residentes en otros lugares del país.

Las funciones que desempeña Casa de la Cultura tiene que ver principalmente con la promoción y coordinación de actividades que tienen que ver con el deporte y la cultura; demostrando el gran interés por la conservación de las costumbres y tradiciones de las etnias y pueblos, además de las actividades recreativas y de esparcimiento, haciendo que estas funciones contribuyan en gran medida con el desarrollo integral de la comunidad local y de un turismo que ofrezca diversidad de eventos, cultura y atractivos a los turistas. Con respecto a la evaluación en cuanto a la atención al turista por parte de los habitantes del municipio, el Director de Casa de Cultura respondió que los habitantes del municipio son solidarios aunque no descarta que existen personas que provienen de otras partes y que no atienden a los visitantes como lo merecen; por lo tanto el funcionario reconoce que la totalidad de la población no está preparada para brindar servicios con excelente calidad, convirtiéndose este aspecto en una debilidad que se puede eliminar con adecuados programas de capacitación.

Se consideran productos innovadores para los visitantes y turistas las artesanías hechas a base de látigo, tamo y hongos, además de la producción de frutas tropicales y las bebidas como el chapil, la mistela, el vinete y el guarapo, demostrando que existe gran potencialidad en la creación de empresas dedicadas a la fabricación de artesanías y productos que pueden ser demandados por un alto porcentaje de turistas interesados en los productos autóctonos de este municipio. El municipio no percibe ningún rubro por la actividad turística lo cual determina la desorganización y el bajo desarrollo turístico que posee el municipio, indicando que es necesario establecer proyectos, estrategias y mecanismos que permitan desarrollar el potencial turístico del municipio.

Municipio de Ricaurte: Las entrevistas realizadas a Ricaurte, corresponden a la administración local que inició sus labores algunas semanas previas a estas entrevistas, por cuanto sus respuestas se ven condicionadas al tiempo que llevan ejerciendo su cargo e iniciativas personales y fueron atendidas por el Alcalde, Director de Planeación y el presidente de la junta administrativa de la Casa de Cultura, en las cuales se recopiló la siguiente información:

Los atractivos naturales con que cuenta este municipio son: La Reserva Natural la Planada, las quebradas el Verde, San Pablo y el Polvorín, el charco Diego y el Santuario de Nuestro Señor de Cuaiquer. Los sitios turísticos nombrados demuestran que el municipio es rico en fuentes hídricas y se puede especializar en un turismo de aventura y ecoturismo.

Las manifestaciones culturales del municipio que más se destacan son:

- Festividades y eventos: Fiestas el 29 y 30 de Junio en honor a San Pablo, Virgen del Carmen y las festividades de fin de año
- Etnias: La comunidad Awa o Inca Awa
- Música: Generada por la marimba
- Gastronomía: Sancocho, cuy, pescado y guarapo

El municipio se caracteriza por las representaciones culturales en cuanto a las festividades, la parte étnica con la comunidad Awa y principalmente por la música generada con instrumentos autóctonos de esta región como la marimba, la timba y el guazá, permitiendo dar a conocer las potencialidades a nivel artístico del municipio.

En cuanto a los proyectos dentro del plan de desarrollo que pueden fomentar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio, las respuestas no coincidieron debido a que no existen proyectos turísticos claros en el plan de desarrollo; Uno proyecto relacionado que fue nombrado por el Alcalde es el fomento de la parte artesanal y cultural de la región; otro proyecto nombrado por el director de Planeación es el fomento del ecoturismo en las fuentes hídricas del municipio; tales proyectos si son llevados a cabo, podrían enriquecer el sector turístico del municipio haciéndolo más llamativo para los visitantes. No existen políticas institucionales claramente definidas que permitan generar desarrollo en el sector turístico del municipio.

Con respecto a las iniciativas tomadas para contrarrestar el problema de la inseguridad social, los entes se han preocupado por mantener estaciones de policía permanentes para controlar la inseguridad de la región; estas acciones a pesar de contribuir con la seguridad son opacadas por la gran influencia de los grupos armados que controlan la zona, haciendo que la región tenga una mala imagen en cuanto a la seguridad e impidiendo la visita de un gran segmento turístico que desearía conocer los atractivos presentes en el municipio. No existen proyectos relacionados con turismo liderados por el gobierno municipal donde la comunidad participe activamente impidiendo el desarrollo del sector turístico de la región. En cuanto a la asociatividad de entidades oficiales y privadas para generar desarrollo turístico en la región, el funcionario de planeación afirma que existen convenios con universidades de España, Alemania, Estados Unidos, Medellín, Bogota y Cali para trabajar sobre la Reserva Natural la Planada; siendo esta reserva de carácter privado, se puede deducir que no hay apoyo por parte de entidades oficiales para fomentar el desarrollo turístico de todo el municipio y que el apoyo que posee la reserva es importante para todo el gran potencial que posee el corredor Ipiales-Tumaco.

No hay ningún tipo de capacitación en cuanto a atención al turista lo que impide que las grandes características que posee el municipio no sean aprovechadas en beneficio del turismo. El municipio no cuenta con las condiciones adecuadas en cuanto a la planta física que se requiere para el aprovechamiento del sector turístico, siendo insuficiente ante la organización de eventos que convoquen un gran cúmulo de personas como actividades deportivas y artísticas intermunicipales. No existen investigaciones que contribuyan con el mejoramiento en la calidad de los productos ofrecidos a los turistas haciendo que el sector turístico se deje de lado sin aprovechar las potencialidades de la región. En cuanto a la promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que posee el municipio, se afirma que se utilizan medios como el Diario del Sur y la radio, en los cuales se promociona algunos eventos del año como carreras de ciclismo y las fiestas de la Virgen del Carmen, contribuyendo con la promoción y publicidad del municipio a nivel departamental, generando una fortaleza que permite atraer un

mercado de turistas en cuanto a las fiestas y eventos que se desarrollan en el municipio. Los entrevistados están de acuerdo en que los nichos están compuestos por extranjeros especialmente de Suiza, Estados Unidos y España que realizan estudios en la Reserva Natural la Planada y de las comunidades indígenas. Los directores de Planeación y Casa de la Cultura opinan que a los que provienen del interior del país, lo hacen por disfrutar de un turismo de naturaleza y a nivel regional de los municipios que comprenden la sierra (climas fríos) para pasar un verano agradable.

La principal función del Director de Casa de Cultura es fomentar el desarrollo cultural del municipio; demostrando que las funciones están encaminadas a la recuperación de las tradiciones y costumbres que fortalece al sector turístico del municipio haciendo que se pueda aprovechar la participación de un amplio nicho de mercado que se interesa por la cultura y las representaciones artísticas propias de cada pueblo. Con respecto a la evaluación sobre la atención al turista por parte de los habitantes del municipio, el Director de Casa de Cultura destaca su amabilidad frente a los visitantes.

Los productos innovadores para los visitantes y turistas, son las artesanías como carteras y sombreros elaborados en un material llamado tetera; lo cual indica las potencialidades que posee el municipio en la creación de productos autóctonos que pueden ser aprovechados para la comercialización en la actividad turística. En la región no se percibe ningún rubro por la actividad turística, determinando la desorganización y el bajo desarrollo turístico que posee el municipio, lo cual sugiere la creación de proyectos, estrategias y mecanismos que permitan desarrollar el potencial turístico del municipio.

Municipio de Barbacoas: No fue posible el acceso a este municipio por problemas de orden público y factores climáticos en la temporada en la que se realizó el trabajo de campo; además de la imposibilidad de acordar un encuentro en la ciudad de Pasto con el dirigente de este municipio por vía telefónica.

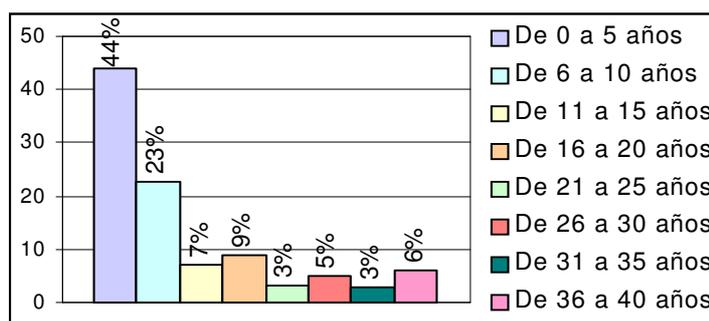
Municipio de Tumaco: No se pudieron realizar las entrevistas pertinentes ya que no hubo colaboración por parte de los dirigentes del municipio de Tumaco quienes coincidieron en evadir sus responsabilidades en cuanto a la información solicitada en las entrevistas; lo que demuestra la desorganización y despreocupación existente en dicho municipio con uno de los renglones más importantes de su economía, el turismo.

2.1.1.2 Análisis de encuestas dirigidas a hoteles y restaurantes del corredor Ipiales - Tumaco

Tabla 1 Años de funcionamiento de los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0 a 5 años	108	44
De 6 a 10 años	56	23
De 11 a 15 años	17	7
De 16 a 20 años	22	9
De 21 a 25 años	8	3
De 26 a 30 años	12	5
De 31 a 35 años	7	3
De 36 a 40 años	15	6
TOTAL	245	100

Figura 1 Años de funcionamiento de los establecimientos



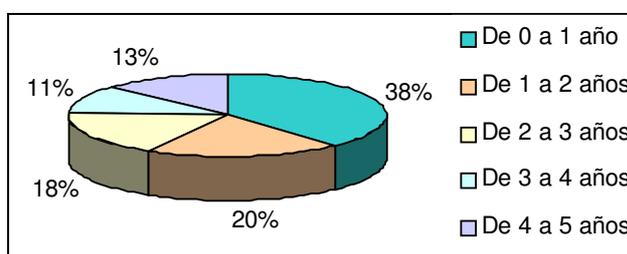
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Cerca del 70% de los restaurantes y hoteles del Corredor Ipiales – Tumaco, llevan hasta 10 años funcionando en el mercado, de los cuales el 66% corresponde a los que llevan de 0 a 5 años; esto permite deducir que ha existido cierto incremento de visitantes en la zona, para lo cual sus moradores han creado una cantidad importante de establecimientos para ofrecerles estos servicios; el 17% de los establecimientos llevan un tiempo de mas de 20 años, lo cual indica que son pocos los que poseen una gran experiencia sobre su mercado y conocen sus preferencias y exigencias a la hora de atenderlo.

Tabla 2 Establecimientos que funcionan desde hace cinco años

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0 a 1 año	41	38
De 1 a 2 años	22	20
De 2 a 3 años	19	18
De 3 a 4 años	12	11
De 4 a 5 años	14	13
TOTAL	108	100

Figura 2 Establecimientos que funcionan desde hace cinco años



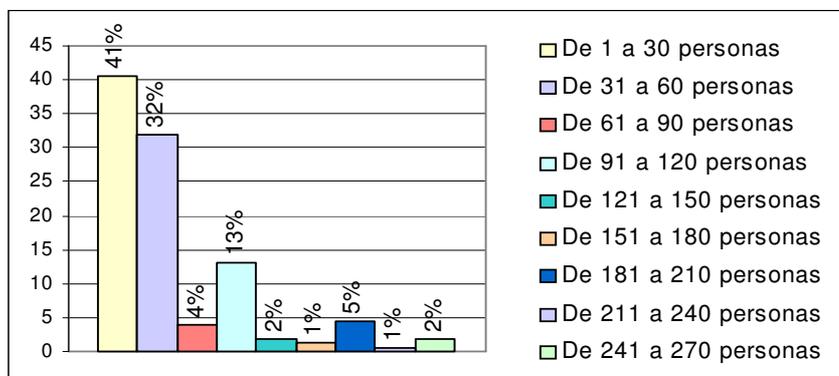
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Según lo muestra la figura cada año se han ido creando un número significativo de establecimientos, entre el año 2004 y 2005 casi se dobló la cifra, lo cual indica el incremento del comercio y del turismo en esta zona en el último año, demandando por tanto este tipo de servicios.

Tabla 3 Capacidad física (# de sillas) de los restaurantes

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 30 personas	62	41
De 31 a 60 personas	49	32
De 61 a 90 personas	6	4
De 91 a 120 personas	20	13
De 121 a 150 personas	3	2
De 151 a 180 personas	2	1
De 181 a 210 personas	7	5
De 211 a 240 personas	1	1
De 241 a 270 personas	3	2
TOTAL	153	100

Figura 3 Capacidad física (# de sillas) de los restaurantes



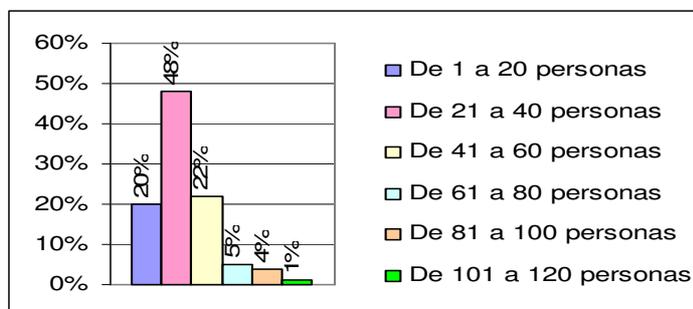
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La mayoría de los restaurantes en este corredor están en capacidad de atender de 1 a 60 personas simultáneamente y solo un 9% puede atender más de 150 personas, lo cual es una cifra insuficiente si se tiene en cuenta que un turismo dinámico requiere de mayor planta física para su atención.

Tabla 4 Capacidad física (camas) de los hoteles

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 20 personas	18	20
De 21 a 40 personas	44	48
De 41 a 60 personas	20	22
De 61 a 80 personas	5	5
De 81 a 100 personas	4	4
De 101 a 120 personas	1	1
TOTAL	92	100

Figura 4 Capacidad física (camas) de los hoteles



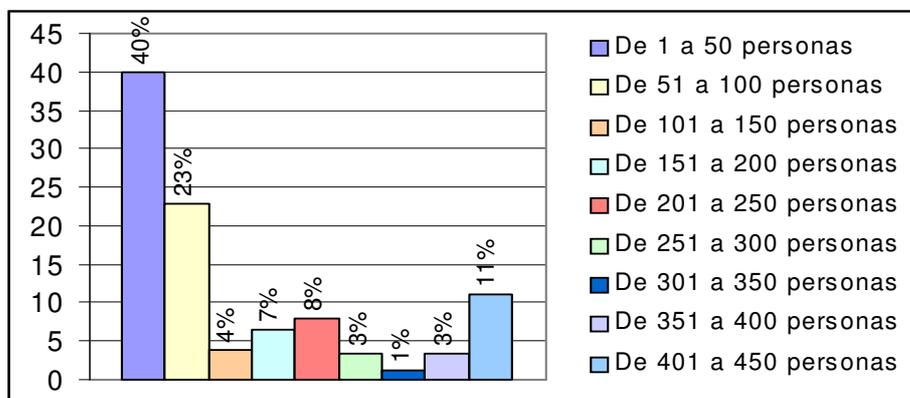
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Del total de los encuestados un 68% tiene en su establecimiento una capacidad para albergar de 1 a 40 personas y solamente un 10% puede brindar sus servicios entre 61 y 120 personas; esto denota que la mayoría de los hoteles del corredor no tienen una suficiente capacidad para satisfacer una gran demanda de visitantes y turistas a la zona objeto de estudio.

Tabla 5 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en restaurantes

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 50 personas	61	40
De 51 a 100 personas	35	23
De 101 a 150 personas	6	4
De 151 a 200 personas	10	7
De 201 a 250 personas	12	8
De 251 a 300 personas	5	3
De 301 a 350 personas	2	1
De 351 a 400 personas	5	3
De 401 a 450 personas	17	11
TOTAL	153	100

Figura 5 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en restaurantes



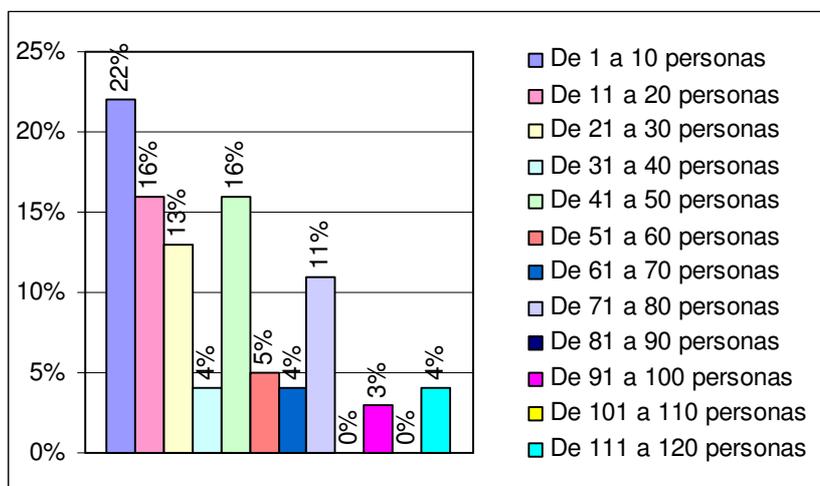
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Un poco más del 40% de la totalidad de restaurantes reciben en los días de semana entre 1 y 10 personas diarias, reflejando el poco movimiento que se genera en estos días en todo el corredor; sin embargo hay un buen número de restaurantes que prestan sus servicios a un promedio de 85 personas diarias en los principales municipios de la presente investigación.

Tabla 6 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en hoteles

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 10 personas	20	22
De 11 a 20 personas	15	16
De 21 a 30 personas	12	13
De 31 a 40 personas	4	4
De 41 a 50 personas	15	16
De 51 a 60 personas	5	5
De 61 a 70 personas	4	4
De 71 a 80 personas	10	11
De 81 a 90 personas	NA	0
De 91 a 100 personas	3	3
De 101 a 110 personas	NA	0
De 111 a 120 personas	4	4
TOTAL	92	100

Figura 6 Promedio de clientes que demandan el servicio de lunes a viernes en hoteles



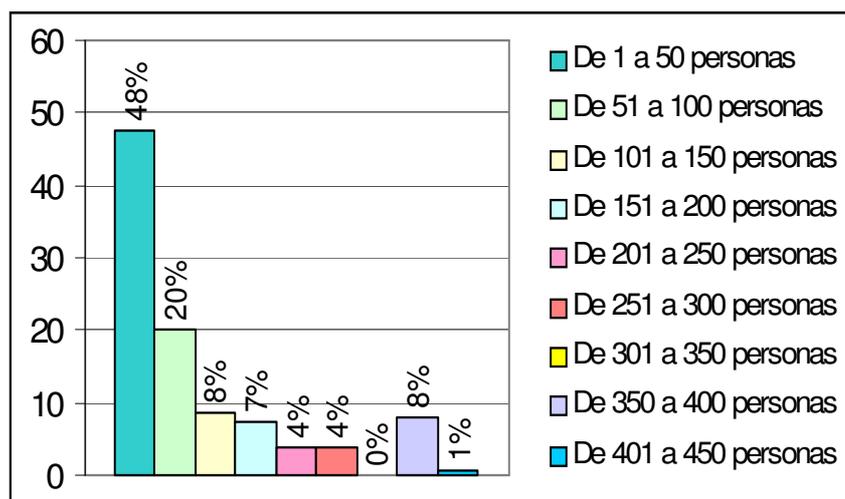
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En relación con el promedio de los clientes atendidos de lunes a viernes, la mitad de los establecimientos ofrecen sus servicios a un rango entre 1 y 30 personas y solamente un 7% tiene una demanda entre 91 y 120 clientes; indicando que no existe equilibrio en cuanto a la prestación del servicio de hospedaje debido a la variedad de tamaños y movimiento en sus actividades económicas y productivas de lunes a viernes en los hoteles pertenecientes al corredor.

Tabla 7 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en restaurantes

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 50 personas	73	48
De 51 a 100 personas	31	20
De 101 a 150 personas	13	8
De 151 a 200 personas	11	7
De 201 a 250 personas	6	4
De 251 a 300 personas	6	4
De 301 a 350 personas	NA	0
De 350 a 400 personas	12	8
De 401 a 450 personas	1	1
TOTAL	153	100

Figura 7 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en restaurantes



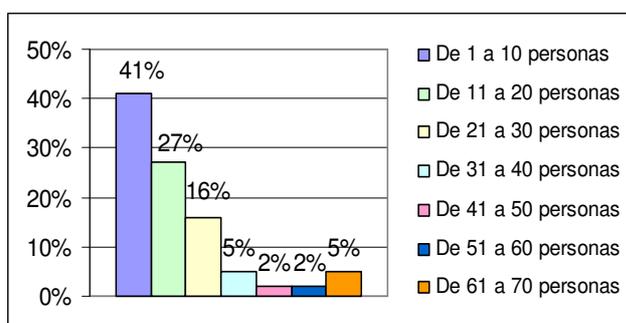
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En cuanto a los clientes que se atienden en el fin de semana, casi la mitad de los restaurantes reciben de 1 a 50 personas diarias, únicamente un 17% atiende más de 200 personas en estos días; lo cual es un monto pequeño si se considera que los restaurantes se caracterizan por tener un alto índice de rotación en el día.

Tabla 8 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en hoteles

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 10 personas	38	41
De 11 a 20 personas	25	27
De 21 a 30 personas	15	16
De 31 a 40 personas	5	5
De 41 a 50 personas	2	2
De 51 a 60 personas	2	2
De 61 a 70 personas	5	5
TOTAL	92	100

Figura 8 Promedio de clientes que demandan el servicio en fin de semana en hoteles



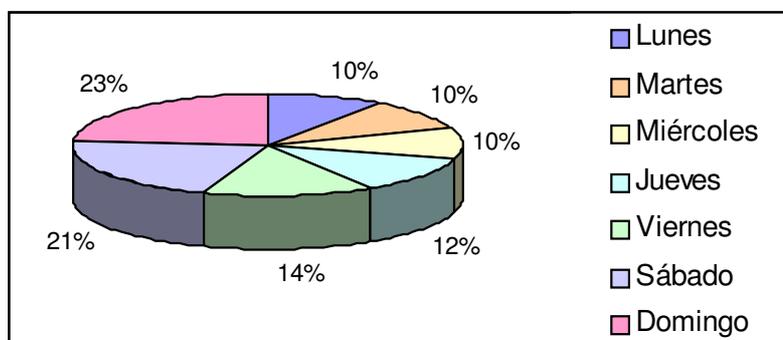
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En el fin de semana el 68% de los establecimientos encuestados prestan sus servicios entre 1 y 20 personas, este resultado permite concluir que existe una muy baja demanda en días que se consideran apropiados para el incremento del turismo en cualquier región.

Tabla 9 Día De La Semana Con Mayor Afluencia De Clientes En Los Establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Lunes	57	24	10
Martes	56	23	10
Miercoles	60	25	10
Jueves	69	29	12
Viernes	83	35	14
Sábado	121	51	21
Domingo	141	59	24
TOTAL	587	245	100

Figura 9 Día De La Semana Con Mayor Afluencia De Clientes En Los Establecimientos



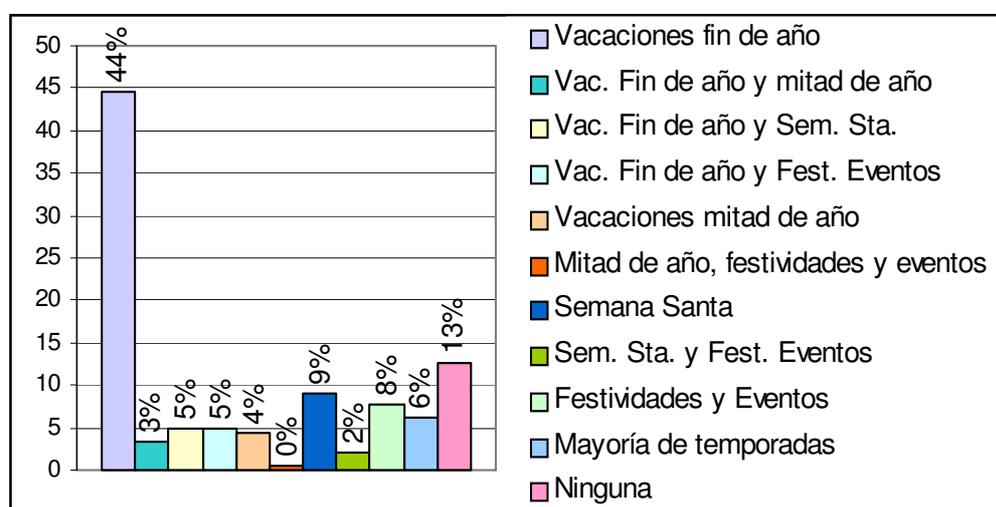
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Más de la mitad de la población de hoteles y restaurantes del corredor, califican el sábado y domingo como días en que llegan más clientes a sus establecimientos; esto se presenta porque en tales días se intensifica la actividad turística y comercial de los municipios objeto de estudio, generando incremento en la demanda de este servicio.

Tabla 10 Temporada del año con mayor afluencia de clientes en los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vacaciones fin de año	109	44
Vac. Fin de año y mitad de año	8	3
Vac. Fin de año y Sem. Sta.	12	5
Vac. Fin de año y Fest. Eventos	12	5
Vacaciones mitad de año	11	4
Mitad de año, festividades y eventos	1	0
Semana Santa	22	9
Sem. Sta. y Fest. Eventos	5	2
Festividades y Eventos	19	8
Mayoría de temporadas	15	6
Ninguna	31	13
TOTAL	245	100

Figura 10 Temporada Del Año Con Mayor Afluencia De Clientes En Los Establecimientos



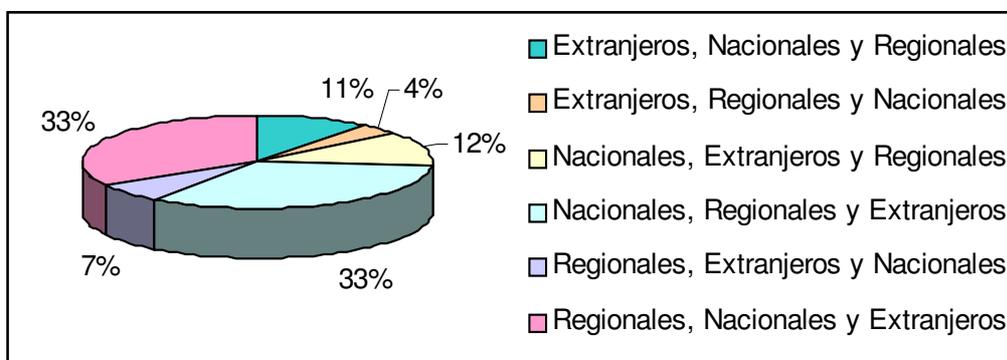
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Casi las dos terceras partes de los encuestados coincidieron en afirmar que la época en que reciben más clientes son las vacaciones de fin de año, las cuales incluyen fiestas decembrinas y carnavales de negros y blancos, días en los cuales la mayoría de personas optan por adquirir estos servicios para disfrutar de tales festejos. Un porcentaje muy importante lo ocupa la opción “ninguna de las temporadas”, es decir, consideran que en el año reciben una cantidad fija de clientes, debido a que la zona de influencia de estos establecimientos se encuentran alejadas de las áreas comerciales.

Tabla 11 Orden de afluencia de los clientes según su procedencia

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Extranjeros, Nacionales y Regionales	26	11
Extranjeros, Regionales y Nacionales	9	4
Nacionales, Extranjeros y Regionales	29	12
Nacionales, Regionales y Extranjeros	83	33
Regionales, Extranjeros y Nacionales	16	7
Regionales, Nacionales y Extranjeros	82	33
TOTAL	245	100

Figura 11 Orden de afluencia de los clientes según su procedencia



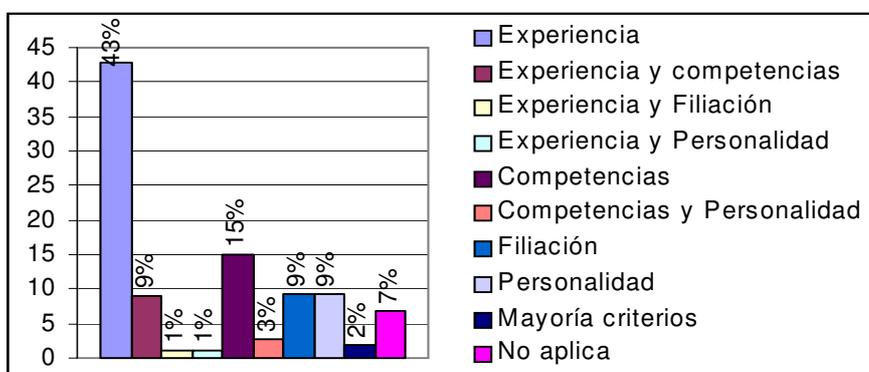
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Los clientes que acuden a estos establecimientos, son de orden nacional con una mínima diferencia con los de regional, lo cual indica el nivel de reconocimiento que posee el corredor Ipiales – Tumaco, por parte de personas de otros departamentos, quienes conocen su potencial turístico y comercial, y que además poseen cierto tipo de vinculación familiar motivando su visita a tal región; este conocimiento puede permitir la divulgación del corredor turístico en toda la nación.

Tabla 12 Factores que se tienen en cuenta a la hora de contratar personal en los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Experiencia	105	43
Experiencia y competencias	22	9
Experiencia y Filiación	3	1
Experiencia y Personalidad	3	1
Competencias	37	15
Competencias y Personalidad	7	3
Filiación	23	9
Personalidad	23	9
Mayoría criterios	5	2
No aplica	17	7
TOTAL	245	100

Figura 12 Factores que se tienen en cuenta a la hora de contratar personal en los establecimientos



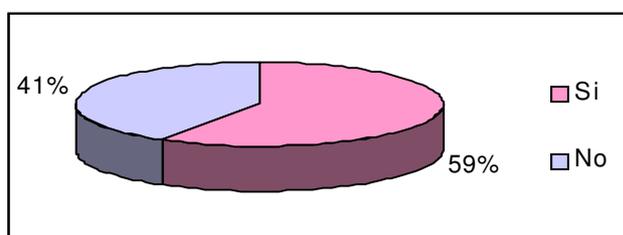
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Mas de la mitad de los hoteles y restaurantes se basan en la experiencia que puedan tener las personas a la hora de su contratación, esto gracias a que tal factor es muy importante para el buen ejercicio de sus actividades. Un significativo 10% consideran la filiación como un criterio clave para contratar, lo cual denota el pensamiento tradicional del pastuso, que puede ser negativo en la medida en que la gente no este en condiciones para desarrollar de una manera optima las actividades a realizar.

Tabla 13 Conocimiento acerca de higiene y seguridad industrial

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	144	59
No	101	41
TOTAL	245	100

Figura 13 Conocimiento Acerca De Higiene Y Seguridad Industrial



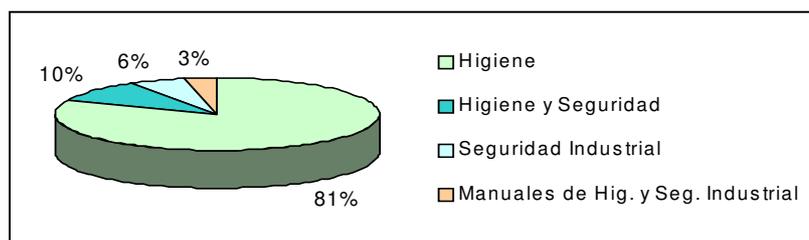
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Un gran número de los encuestados aseguran conocer las normas de higiene y seguridad industrial, sin embargo el 41% restante, las desconoce, necesitándose una mayor intervención del estado para instruir y capacitar sobre los requisitos indispensables para el buen funcionamiento de los hoteles y restaurantes de los municipios objeto de estudio.

Tabla 14 Normas de higiene y seguridad industrial que se aplican en los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Higiene	117	81
Higiene y Seguridad	14	10
Seguridad Industrial	8	6
Manuales de Hig. y Seg. Industrial	5	3
TOTAL	144	100

Figura 14 Normas de higiene y seguridad industrial que se aplican en los establecimientos



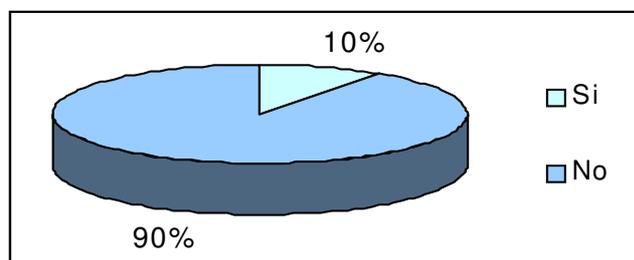
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La principal norma que se aplica en el corredor es la higiene, la cual abarca en el caso de los restaurantes la adecuada manipulación de alimentos, utilización de implementos de asepsia y en general en todos los establecimientos, el aseo en sus instalaciones; siendo esta norma la más fácil de discernir y aplicar. Únicamente un 3% de la totalidad tiene definido su manual de higiene y seguridad industrial, cifra muy baja si se tienen en cuenta las intenciones de dinamizar el turismo en tal zona, lo cual exige calidad en estos servicios.

Tabla 15 Utilización del buzón de sugerencias para los clientes

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	10
No	221	90
TOTAL	245	100

Figura 15 Utilización del buzón de sugerencias para los clientes



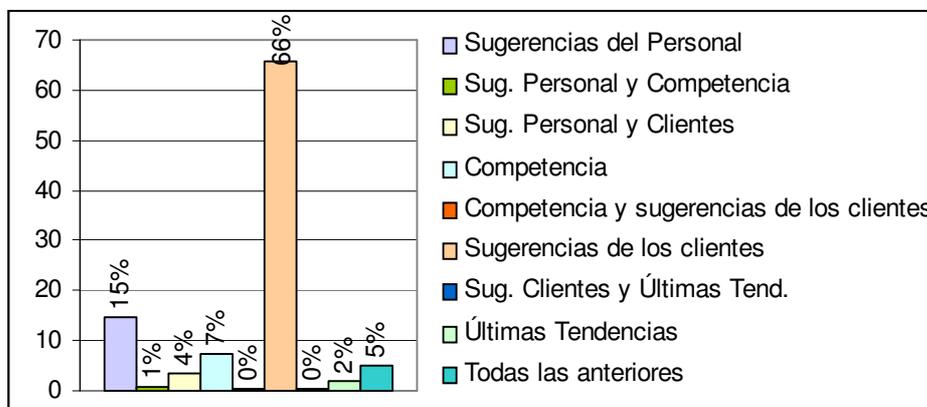
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: De acuerdo a la información suministrada por las encuestas, tan solo un 10% de los hoteles y restaurantes cuentan con una herramienta tan útil como lo es el buzón de sugerencias, lo que se podría traducir en que estos establecimientos no visionan su importancia y que cuando el cliente quiere dar una opinión, lo tiene que hacer de manera verbal, lo que en muchos casos puede condicionar a dicho cliente a no hacerlo.

Tabla 16 Criterios que se tienen en cuenta para mejorar el servicio de los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sugerencias del Personal	36	15
Sug. Personal y Competencia	2	1
Sug. Personal y Clientes	9	4
Competencia	18	7
Competencia y sugerencias de los clientes	1	0
Sugerencias de los clientes	161	66
Sug. Clientes y Últimas Tend.	1	0
Últimas Tendencias	5	2
Todas las anteriores	12	5
TOTAL	245	100

Figura 16 Criterios que se tienen en cuenta para mejorar el servicio de los establecimientos



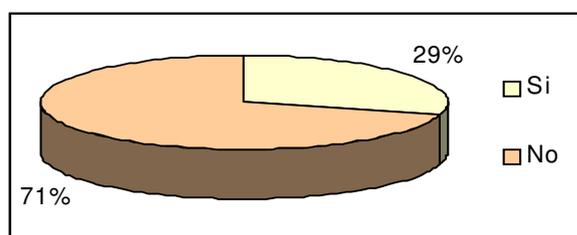
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El principal criterio que se tiene en cuenta al momento de mejorar el servicio en estos establecimientos son las sugerencias de los clientes, no obstante aunque se han conseguido logros en este ámbito, estos no son suficientes y requieren un complemento con los demás factores tenidos en cuenta para este estudio, es el caso de la competencia, la cual es un factor indispensable para subsistir en el mercado.

Tabla 17 Utilización de políticas de calidad y servicio al cliente

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	72	29
No	173	71
TOTAL	245	100

Figura 17 Utilización de políticas de calidad y servicio al cliente



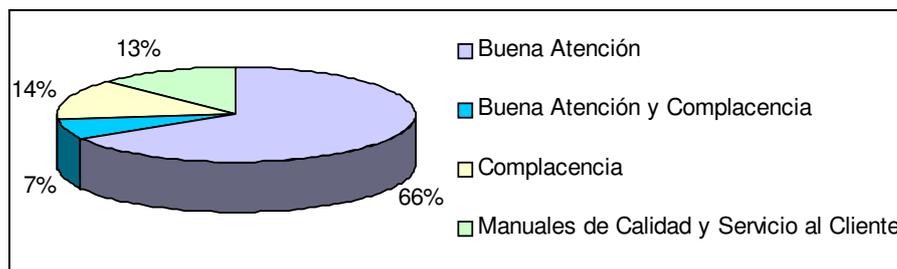
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Menos de la tercera parte de los encuestados tienen políticas de calidad y servicio al cliente, constituyéndose en una gran debilidad del corredor, por cuanto es de vital importancia manejar unas reglas claras, que acompañen el buen servicio que se merece un turista, reflejando una ineficaz administración de la mayoría de los establecimientos los cuales no han reconocido su importancia.

Tabla 18 Políticas de calidad y servicio al cliente aplicadas en los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena Atención	48	67
Buena Atención y Complacencia	5	7
Complacencia	10	14
Manuales de Calidad y Servicio al Cliente	9	13
TOTAL	72	100

Figura 18 Políticas de calidad y servicio al cliente aplicadas en los establecimientos



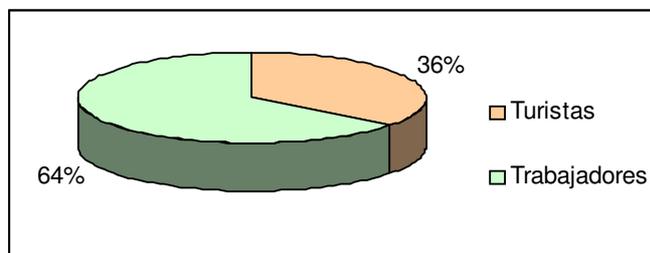
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Con respecto a las políticas de calidad y servicio al cliente manejadas en el corredor, la buena atención se constituye en la más aplicada; dejando de lado la elaboración de los manuales necesarios para que los colaboradores tengan una guía en cuanto al tratamiento y manejo de cada una de las tareas.

Tabla 19 Composición de clientes en porcentaje según su actividad turística y laboral

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turistas	793	36
Trabajadores	1434	64
TOTAL	2227	100

Figura 19 Composición de clientes en porcentaje según su actividad turística y laboral



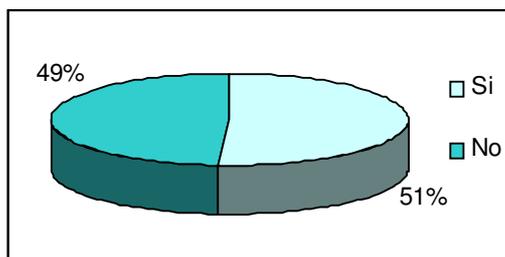
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Los clientes que acceden a los servicios de los restaurantes son en su mayoría personas que laboran en estos municipios, esto se debe a que el corredor Ipiales-Tumaco es un conector vial entre el Ecuador, el interior de Colombia y el puerto de Tumaco, generando una gran afluencia de personas por actividades relacionadas con el comercio y no con el turismo, debido al desconocimiento del potencial turístico que posee tal corredor y otros factores que limitan su ingreso.

Tabla 20 Establecimientos que utilizan promoción

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	125	51
No	120	49
TOTAL	245	100

Figura 20 Establecimientos que utilizan promoción



Fuente: Esta investigación

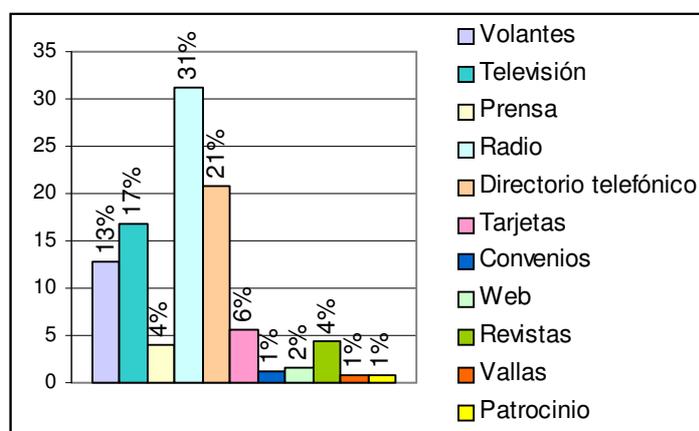
Análisis de la información: La mitad de la población encuestada promociona su negocio, haciendo que los propietarios de estos establecimientos quieran dar a

conocerlo, buscando un incremento de sus ventas así como el grado de recordación que los usuarios tengan de su negocio.

Tabla 21 Medios promocionales utilizados por los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Volantes	32	31	13
Televisión	42	41	17
Prensa	10	10	4
Radio	78	76	31
Directorio telefónico	52	51	21
Tarjetas	14	14	6
Convenios	3	3	1
Web	4	4	2
Revistas	11	11	4
Vallas	2	2	1
Patrocinio	2	2	1
TOTAL	250	245	100

Figura 21 Medios Promocionales Utilizados Por Los Establecimientos



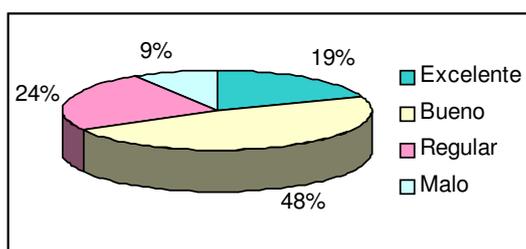
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: A la hora de promocionar los establecimientos, la radio es el medio más común en los municipios, ya que es económico, de fácil acceso y de buena penetración dentro de su comunidad, sin que haya un medio que facilite su divulgación en el orden nacional e internacional. En segundo lugar se encuentra la promoción a través de las páginas amarillas que corresponden a los municipios de Ipiales y Tumaco que son los únicos que han accedido a este medio.

Tabla 22 Estado de conservación de las vías de acceso a los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	47	19
Bueno	116	47
Regular	60	24
Malo	22	9
TOTAL	245	100

Figura 22 Estado de conservación de las vías de acceso a los establecimientos



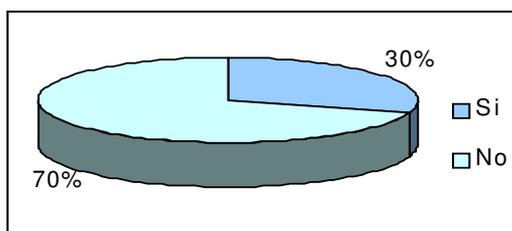
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En general las vías de acceso a los hoteles y restaurantes están en condiciones aceptables, permitiendo conocer la conformidad de gran parte de los encuestados por el mantenimiento de su vía; siendo este dato relevante para la presente investigación puesto que esta variable puede incentivar la elección del turista por el corredor.

Tabla 23 Establecimientos asociados con otras empresas

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	73	30
No	172	70
TOTAL	245	100

Figura 23 Establecimientos asociados con otras empresas



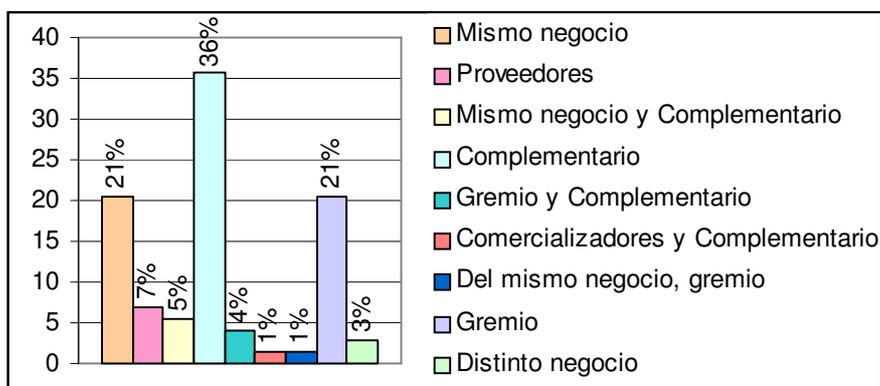
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El 70% de los establecimientos no se asocian con otras empresas, debido a factores económicos, de seguridad y sobre todo de desconfianza, que caracterizan a los nariñenses, y aunque este es un elemento cultural, se debe mejorar si se pretende la optimización del sector turístico.

Tabla 24 Tipo de empresas asociadas a los establecimientos

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mismo negocio	15	21
Proveedores	5	7
Mismo negocio y Complementario	4	5
Complementario	26	36
Gremio y Complementario	3	4
Comercializadores y Complementario	1	1
Del mismo negocio, gremio	1	1
Gremio	15	21
Distinto negocio	2	3
TOTAL	73	100

Figura 24 Tipo de empresas asociadas a los establecimientos



Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Las empresas complementarias con un 46%, son el tipo de empresa con que se asocian los establecimientos del corredor, esto significa que los hoteles buscan asociarse con restaurantes y viceversa; ya que reconocen la gran demanda que presentan este tipo de servicios. Una gran proporción de los establecimientos pertenece a un gremio, los cuales reflejan el afán por defender sus intereses, tales como: definición de tarifas para evitar una competencia desleal, reclamos ante las entidades gubernamentales entre otros.

2.1.1.3 Inventario de atractivos turísticos del corredor Ipiales – Tumaco La elaboración del inventario de atractivos turísticos del corredor, se realizó mediante una categorización de tales atractivos, clasificados en sitios naturales, bienes culturales, acontecimientos programados y realizaciones contemporáneas de cada uno de los municipios (Ver anexo 13). Los criterios que se tuvieron en cuenta para la selección de los atractivos potencialmente explotables en los municipios correspondientes al corredor fueron:

Seguridad: De acuerdo a la opinión de los Expertos en Marketing Turístico, la seguridad es el principal factor que influye a la hora de elegir un sitio turístico, e incide en la frecuencia de visita que realiza el turista en determinado lugar; por tal razón este criterio fue valorado en cada uno de los atractivos del inventario midiendo su impacto en cada municipio.

Atractivos conocidos: En aras de ofrecer productos acordes a las exigencias de los comercializadores del turismo en Nariño, es decir, las agencias de viajes, se calificó en una escala de 1 a 4 cada uno de los atractivos que son conocidos a nivel nacional.

Accesibilidad: Hace referencia a la facilidad de acceso al sitio turístico a través de la identificación de distancias y tipo de vías, con el fin de reconocer los medios de transporte a utilizar.

Planta física: Mediante el cual se identifica las áreas construidas y servicios que permiten una mejor atención al turista como alimentación, hospedaje y áreas de recreación.

Representatividad: Permite identificar el grado de reconocimiento que tienen los tipos de atractivos que posee cada municipio y que son tradicionales y forman parte de la identidad de los municipios.

Belleza paisajística: Esta variable es analizada desde el punto de vista de su biodiversidad y el agrado que representa ante una comunidad. Con respecto a ella se podría considerar al Corredor Ipiales – Tumaco, como la región con mayor belleza paisajística de Nariño, aunque no cuente con una infraestructura que permita insertar todos los atractivos en un portafolio potencialmente explotable.

Atractivos turísticos potencialmente explotables de los municipios: A continuación se nombra los Sitios Naturales, Bienes Culturales, Acontecimientos Programados y Realizaciones Contemporáneas que fueron seleccionadas en cada uno de los nueve municipios objeto de estudio.

Municipio de Ipiales

Sitios Naturales:

Cañón del Río Guáitara: Bosque andino, paisaje montaña, medianamente intervenido, bordea el río Guáitara desde su nacimiento hasta su desembocadura. Se encuentra a 10 Km. de Ipiales, esta a 2.800 m.s.n.m. y a 13º de temperatura.

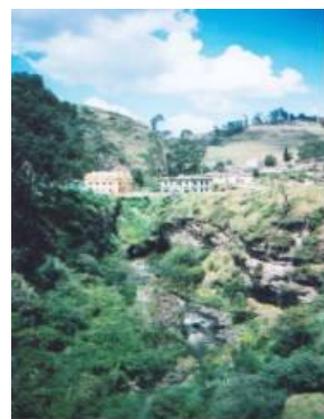


Cascada de la Humedora: Con una caída de 180 Mts. de altura, con caudal abundante, de coloración verde y transparente. Atrae el turismo exótico. Se encuentra a 25 Km. de Ipiales, esta a 2.800 m.s.n.m. y a 12º de temperatura.

Puente Natural de Rumichaca: En voz Quechua significa "puente natural de piedra", puente formado de un bloque calcáreo, silícico prensado entre dos paredes graníticas. Sobre río Guáitara o Carchi, marca frontera entre Colombia y Ecuador.



Zona Natural y Paisajística del Corregimiento de la Victoria: Incidencia vientos amazónicos. Zonas altas de las cuencas, presencia de bosque nativo; variedad de flora y fauna. Esta a 2.550 m.s.n.m. y a 15º de temperatura.



Nudo de los Pastos: Se dividen las cordilleras en dos, la occidental y centro oriental, conocido como Macizo de Huaca, pero más utilizado como Nudo de los Pastos que le dio Alexander Humbold. Esta a 3.032 m.s.n.m. y a 11º de temperatura.



Bienes Culturales:



Santuario de las Lajas: A 2.612 Mts. sobre abismo de mas de 100 Mts. de profundidad, templo católico construido hacia 1940 por Lucindo M. Espinosa sobre el cañón del río Guaitará en honor a la aparición de la Virgen de la roca. Imponente paisaje. Estilo neogótico, se compone de tres naves. Las tres torres terminan en agujas decoradas, toda la estructura es de concreto reforzado, cubierto con granito.

Museo Banco de la Republica: Museo del Oro, que expone valiosas joyas de la orfebrería de la cultura de Pupiales, con salones para exposiciones artísticas, sala de conferencias, bibliotecas y Jardín Infantil.⁴⁸



Parque 20 de Julio: Antes Plaza Mayor o de Boyacá; con estatua a la libertad hecha en 1910 de Doña Antonia Villavicencio, abrevadero colonial, origen del poblado, lo enmarca la catedral, el edificio nacional y la casa derruida donde vivió el polígrafo Juan Montalvo.

⁴⁸ www.world.guide66.com/southamerica/colombia/ipiales

Resguardo de Ipiales: Principal actividad económica la agricultura con producción de trigo, cebada, maíz y haba; la población es de 5.539 personas (1997).⁴⁹

Resguardo de Yaramal: Han perdido su vestimenta y su principal actividad económica es la agricultura, su población es de 870 personas (1997).



Resguardo de San Juan: Su alimentación se basa en cultivos de pan coger como el trigo y la papa, su población es de 1.165 personas (1997).

Resguardo de Santa Rosa: Su economía es de tipo social basado en la naturaleza y subsistencia con una tendencia a la economía de mercado.

Resguardo de Sucumbíos: Tienen su propia forma de gobierno y su principal actividad económica es la agricultura.

Resguardo de humaricanque: El sector primario está representado por la agricultura y la ganadería en forma semi intensiva.



Acontecimientos Programados:



Onomástico de la Exprovincia de Obando: Fiesta que se realiza en homenaje a toda la provincia donde habitaron los Pastos.

⁴⁹ DUEÑAS NARVÁEZ, José Vicente. Nariño 93 años, sinopsis histórica, geográfica, económica y social del departamento de Nariño. Ed. Kimpres Ltda., Agosto de 1997.



Carnaval de Blancos y Negros: El carnaval del sur se convierte en el imaginario del pueblo Nariñense, porque representa la identidad cultural; fiesta tradicional que se celebra los días 4,5 y 6 de enero en los que sobresale la autentica familia del municipio y los desfiles, carrozas y comparsas.

Realizaciones contemporáneas:

Puente Internacional de Rumichaca: Permite el paso a Ecuador y viceversa con el concebido intercambio comercial.



Patinódromo Diego Rosero: Por sus instalaciones, jardines, su altura y su visibilidad es catalogado como uno de los más atractivos del país, donde se preparan los deportistas élite.

Municipio de Aldana

Sitios naturales:



Cerro Gordo: Lugar donde se tejen leyendas de rituales en sus granizadas. Desde este lugar se divisa el panorama de la exprovincia de Obando. En sus faldas se encuentra la vereda Chorrillo.

Humedales Ciénaga Larga y Villa Vista del Rosal: Complejos hidrológico con gran rareza y representatividad de flora y fauna.⁵⁰



Bienes Culturales:



Resguardo de Pastas: Con una población de 2.402 personas (1997); su alimentación se basa en cultivos de pan coger como el trigo y la papa. Presenta cuatro parcialidades: Nastar, Pastas, Chalapud y Cuasmayan, cada una gobernada por un alcalde indígena y tres regidores una comunidad con rasgos ancestrales con el respeto de un derecho mayor y una jurisdicción especial indígena JEI.⁵¹

Realizaciones contemporáneas:

Aeropuerto de San Luís: Antiguo terminal en 1935. A pesar de no estar en la jurisdicción geográfica de Ipiales, es reconocido como de su territorialidad ya que las gestiones de ampliación y cobertura han sido efectuadas por las administraciones locales de Ipiales.⁵²



Municipio de Guachucal

Sitios naturales:



Cerro de Colimba: El gigantesco cerro de más de 4.000 Mts. de altura se constituye en el principal atractivo del corregimiento. Con apariencia piramidal, lugar apto para la práctica de parapente. En cuya cima se teje la leyenda del dios Iboag.⁵³

⁵⁰ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE ALDANA, 2004 - 2007

⁵¹ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE ALDANA, 2004 - 2007

⁵² www.world.guide66.com/southamerica/colombia/ipiales

⁵³ DIARIO DEL SUR, Pasto, 12 de Febrero de 2006

Laguna de la Bolsa: Peces, paisajes, colinas, poco intervenido, vegetación escasa de páramo, vía regular estado, pesca de trucha arcoiris, aguas grises transparentes frías, no hay oleaje, playas con grama hasta el agua.



Páramo Paja Blanca: Localizada en el nudo de los pastos, con gran biodiversidad. Accidente orográfico, cuyas tierras están regadas por el Río Juntas, que más abajo recibe el nombre de Sapuyes y otras corrientes menores.⁵⁴

Bienes Culturales:

Resguardo de Guachuca: Las principales actividades agrícolas son la papa con variedad Morasurco, Icca Nariño, Parda, Tuquerreña. Tienen una población de 3.420 personas (1997)

Resguardo Colimba: Tienen una población de 1.093 personas (1997)

Resguardo Muellamues: Tienen una población de 4.010 personas (1997)⁵⁵



Acontecimientos programados:



Fiesta de la Virgen de Tránsito: Festividades del motorista, en las cuales se hacen competencias de tractomulas.

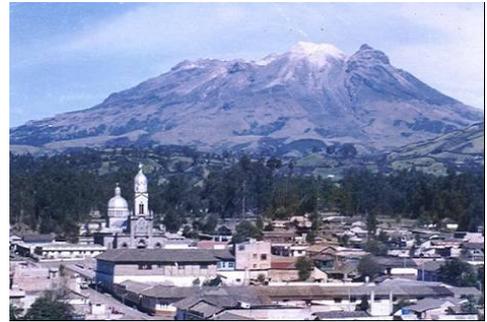
⁵⁴ DIARIO DEL SUR, Pasto, 12 de Febrero de 2006

⁵⁵ NARIÑO 93 AÑOS, SINOPSIS HISTÓRICA, GEOGRÁFICA, ECONÓMICA Y SOCIAL DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO. José Vicente Dueñas Narváez. 1997

Municipio de Cumbal

Sitios naturales:

Volcán Nevado de Cumbal: Paisaje montañoso, colinas, valles, poco intervenido. Vegetación de páramo, difícil acceso, visible en verano.



Volcán Nevado de Chiles: Paisaje montañoso, nieve perpetua poco intervenido, vegetación escasa. Frontera Colombo-Ecuatoriana, acceso difícil, visible en verano, allí nació el río Guaitará.



Laguna de la Bolsa: Peces, paisajes, colinas, poco intervenido, vegetación escasa de páramo, vía regular estado, pesca de trucha arcoiris, aguas grises transparentes frías, no hay oleaje, playas con grama hasta el agua.



Nudo de los Pastos: Se dividen las cordilleras en dos, la occidental y centro oriental, conocido como Macizo de Huaca, pero más utilizado como Nudo de los Pastos que le dio Alexander Humboldt. Esta a 3.032 m.s.n.m. y a 11º de temperatura.

Bienes Culturales:

Piedra de Machines: Petroglifo donde esta reflejado el Sol de los Pastos.





Ruinas del antiguo pueblo: Ruinas causadas por el terremoto que se presentó en la mayoría de la sabana de Túquerres.

Resguardo el Gran Cumbal: Principal actividad económica la agricultura y ganadería. Tienen una población de 11.448 personas (1997)

Resguardo de Chiles: Ubicado al sur occidente de Cumbal, población que esta situada en la bella altiplanicie de su nombre, al pie del nevado de Chiles. Tienen una población de 2.784 personas (1997)



Resguardo de Panan: Las principales actividades agrícolas son la papa con variedad Morasurco, Icca Nariño, Parda, Tuquerreña. Tienen una población de 3.339 personas (1997)

de 2.784 personas (1997)⁵⁶

Resguardo de Mayasquer: Alienación cultural, su principal actividad económica es la ganadería y agricultura. Tienen una población

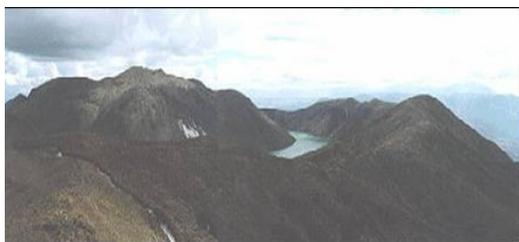
Municipio de Sapuyes

Sitios naturales:

Páramo Paja Blanca: Localizada en el nudo de los pastos, con gran biodiversidad. Accidente orográfico, cuyas tierras están regadas por el Río Juntas, que más abajo recibe el nombre de Sapuyes y otras corrientes menores.⁵⁷



⁵⁶ DUEÑAS NARVÁEZ, José Vicente. Nariño 93 años, sinopsis histórica, geográfica, económica y social del departamento de Nariño. Ed. Kimpres Ltda., Agosto de 1997.



Volcán Azufra: Volcán cordillera Occidental entre municipios Sapuyes, Tuquerres, Santacruz y Mallama, en la cima se destacan tres hermosas lagunas: La negra, blanca y verde la cual es una curiosidad natural, su nombre se debe a la gran cantidad de azufre que hay en su cráter.

Bienes Culturales:

Piedra de Cara: Piedra donde el gran cacique Sapuyano impartía las órdenes y mandatos.



Piedra de los Monos: Petroglifo donde se encuentran esculpidas figuras representativas de monos

Acontecimientos programados:

Fiesta Patronal de San Juan Bautista: Fiestas patronales celebradas con novena, pase de ceras y procesiones que reúnen a propios y visitantes.⁵⁸



Municipio de Mallama

Sitios naturales:



Dedo de Dios: Es admirado por su imponente y su connotación histórica, bordeado en su totalidad por espesos bosques nativos ricos en flora y fauna. Su nombre correcto es Cerro Gualcalá.

⁵⁷ DIARIO DEL SUR, Pasto, 12 de Febrero de 2006

⁵⁸ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE SAPUYES 2004 - 2007

Volcán Azufra: Volcán cordillera Occidental entre municipios Sapuyes, Tuquerres, Santacruz y Mallama, en la cima se destacan tres hermosas lagunas: La negra, blanca y verde la cual es una curiosidad natural, su nombre se debe a la gran cantidad de azufre que hay en su cráter.



Reserva Natural el Gualcalá: Su vegetación es particular, con una amplia gama de especies que otorgan al municipio belleza paisajística, riqueza hídrica, aire puro, atractivos para el turismo ecológico, descanso, recreación, historia, y cultura.

Reserva Natural del Azufra: De propiedad de Corponariño, es un espacio que integra y dinamiza procesos de conservación de la naturaleza.



Reserva Natural Pueblo Viejo: Banco genético de flora y fauna, donde se desarrollan investigaciones biológicas.

Termales de Guaisés: Procedentes del Volcán Azufra y que emergen formando vados en la quebrada.

Loma de la Cruz: Cerro ubicado cerca de Piedrancha, desde cuya cima en días despejados, se puede observar la mayor parte del municipio.

Las Lagunas: Comprende dos lagunas naturales que se ubican en la vereda Pueblo Viejo.



La nariz del Diablo: Roca fuerte de Nuestra Señora de las Lajas: donde muchas vidas se perdieron en la realización del trazado y apertura.

Bienes Culturales:

Resguardo del Gran Mallama: Étnia cuya actividad económica principal es la agricultura. Tienen una población de 4.266 personas (1997)



Piedra del Mapa: Consiste en una piedra donde los indígenas grabaron un mapa de su territorio, claramente se observan ríos, quebradas y senderos.

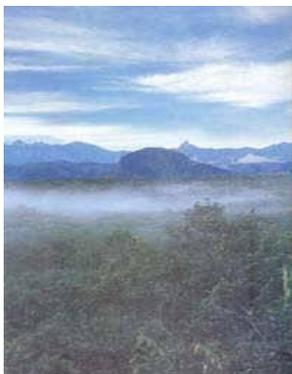
Acontecimientos programados:

Fiesta del Campesino: Fiesta donde se realiza un homenaje a los hombres y mujeres campesinos con la participación de orquestas.



Municipio de Ricaurte

Sitios naturales:



Reserva Natural la Planada: En sus 3.300 hectáreas de extensión, la reserva guarda especies endémicas, tales como el oso de anteojos, y variedad de anturios, orquídeas, bromelias y palmas.



Bienes Culturales:



Étnia Inkal Awa: Autodenominada Inkal Awa, que significa "gente de montaña"; son descendientes de los Sindagua "su ciclo de vida se encuentra dividido en dos etapas: la infancia y la adultez; de niño pasa abruptamente a la adultez con cambios físicos y psicológicos."⁵⁹

Capilla Señor de Payan: Capilla que se encuentra a un lado de la carretera que posee muchos devotos en especial los viajeros, quienes pueden disfrutar del paisaje natural que ofrecen sus alrededores.



Marimba: Instrumentos típicos de la región: como la marimba, el Guazá y la Timba; manifestación musical que alegra las festividades de los municipios vecinos.

⁵⁹ DUEÑAS NARVÁEZ, José Vicente. Nariño 93 años, sinopsis histórica, geográfica, económica y social del departamento de Nariño. Ed. Kimpres Ltda., Agosto de 1997.

Acontecimientos programados:



Fiestas de San Pedro: Fiestas patronales que se celebran en la cabecera municipal que recibe el mismo nombre.

Fiestas de Nuestro Señor de Cuaiquer: Festividades que se conmemoran en las localidades de Cuaiquer alto y Cuaiquer bajo, las cuales atraen el fervor de los habitantes de municipios vecinos quienes acuden en agradecimiento a los favores y milagros recibidos.

Municipio de Barbacoas

Sitios naturales:



Reserva Natural Rio Ñambi: Recorrido de 22,5 km. que conduce al visitante a través de una exuberante vegetación y gran variedad de fauna. Se ha comprobado que existen 42 especies de hormigas, además de una nueva especie de ave para la ciencia (Vireo Masteri).

Reserva Natural Biotopo: Selva húmeda, refugio de oxígeno siempre verde, con intenso aroma a leche de sande. Ofrece vegetación, ríos y quebradas; eco baño ritual de purificación y maloca como albergue.

Reserva Natural el Pangán: Tiene aprox. 1.000 Hectareas. Es posible encontrar bosque primario, bosque secundario, donde se han identificado 200 especies de aves.



Acontecimientos programados:

Carnavales de Telembí: la importancia de estas fiestas radica en la gran movilización de la población que se logra, entre 20 y 25 mil personas entre nativas y visitantes.

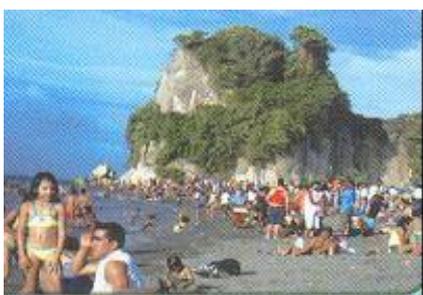
Fiestas Virgen de Atocha: Se celebra del 6 al 15 de agosto; la importancia de estas fiestas radica en la gran movilización de la población que se logra, entre 20 y 25 mil personas entre nativas y visitantes.⁶⁰

Municipio de Tumaco

Sitios naturales:



Isla del Morro: De accesibilidad permanente, a 3km del centro de Tumaco, aquí se encuentran: el campo de aterrizaje, el apostadero naval, el terminal marítimo con su muelle internacional, hoteles, cabañas, sitios de esparcimiento, bares y en fin toda una infraestructura que permite al turista la recreación y el descanso. Esta isla se destaca por los espléndidos paisajes que la circunscriben, en ella se puede apreciar que la fuerza del mar desde tiempos inmemorables, ha labrado un arco natural sobre las rocas, lugar este que junto con una peña llamada el queso ubicada frente a la playa, y las cuevas con formas zoomorfas esculpidas en la roca, se reúnen en un solo lugar para dar la combinación perfecta de atractivos turístico.



Isla Boca Grande: Es considerado como el atractivo turístico más hermoso de la región, está sembrado de palmeras en la cabecera de las extensas playas, el acceso a este sitio puede efectuarse por vía marítima, dista 30 minutos de Tumaco en bote o lancha. Su temperatura promedio es de 27°C. Boca Grande es la invitación a seguir a un mundo diferente, los hoteles son típicos de madera, decorados con pintorescos colores, las playas, el sol, la arena, los chinchorros y la deliciosa comida preparada por los nativos, como sancochos de pescado, ceviche de piangua, camarón o mixto, entre otros, le aseguran a los visitantes la más agradable de las estadías.



⁶⁰ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE BARBACOAS 2004-2007.



Río Mira: Tiene su origen en la altiplanicie de Ibarra en el Ecuador, donde hace su mayor recorrido; desemboca en el extremo sur de la costa Pacífica en el cabo Manglares, su cuenca es rica en oro, madera, banano y palma africana.⁶¹

Bienes Culturales:

Parque Colón: Importante lugar donde lo adornan el monumento a la libertad y una hermosa fuente de agua. Construido en 1971 para conmemorar el día de la independencia de 1810.



Étnia Eperara Siapidara: Esta comunidad pertenece al grupo Embera del Chocó que originalmente habitaban en las zonas altas de San Juan y el Atrato. La organización social se fundamenta en las relaciones interfamiliares.⁶²

Museo del Oro: Figuras en cerámica en las cuales representan características de su cultura como rituales y ceremonias y características. Estas muestras se encuentran en los principales museos de Colombia; En Tumaco se la puede admirar en la Casa de la cultura.⁶³



⁶¹ ENCICLOPEDIA TEMA.

⁶² DUEÑAS NARVÁEZ, José Vicente. Nariño 93 años, sinopsis histórica, geográfica, económica y social del departamento de Nariño. Ed. Kimpres Ltda., Agosto de 1997.

⁶³ www.bancodelarepublica.com.co/tumaco

Acontecimientos programados:



Carnaval del Fuego: Es el máximo evento popular, se distingue por el despliegue multicolor y folclórico, con juegos de polvo y agua.

Festival y Rally del Mar: Caravana de autos parte de Pasto hacia Tumaco. Se recibe a los turistas Rallystas en las playas del morro, con eventos como Reinado Miss Tanga Tumaco, Festival gastronómico, Feria artesanal, Estampas folclóricas de música y danza.

Realizaciones contemporáneas:

Viaducto al Morro: Puente iluminado de 304 Mts de longitud que comunica al Morro con el sector urbano de Tumaco. Sus dos extremos son miradas del infinito mar y de iluminada ciudad.



2.1.1.4 Capacidades del Corredor Turístico Ipiales – Tumaco

Capacidad directiva: Con el fin de evaluar la capacidad de planear, dirigir y organizar el sector turístico del corredor objeto de estudio, se analizaron las entrevistas realizadas a las administraciones locales y los planes de desarrollo de cada uno de los municipios, en las cuales se identificó lo siguiente:

En cuanto planes y proyectos relacionados con el sector, se pudo deducir que son mínimas las iniciativas en tal sentido, puesto que no se incluyen en la mayoría de Planes de Desarrollo, y en los que se incluyen, se limitan a proyectos culturales que en muchos casos no son de conocimiento de los funcionarios de las alcaldías, lo cual implica que no existan unas políticas definidas con respecto al manejo del turismo en la región. La dirección del turismo esta a cargo en gran parte de los municipios a casa u oficina de cultura y para el caso de Tumaco, de la oficina de turismo, la cual es inoperante. La ausencia de liderazgo en tal sentido, se manifiesta en el hecho de que en varios municipios la comunidad no ha actuado en la ejecución de un proyecto turístico, ni recibe capacitación alguna en cuanto a la atención al turista.

La organización del turismo presenta muchas falencias al interior de los municipios al no existir responsables directos sobre tal sector, y más aún tomado como el conjunto de los nueve municipios objeto de estudio, por cuanto no existe ningún tipo de asociación. En conclusión la capacidad directiva del corredor Ipiales – Tumaco esta en malas condiciones constituyéndose en una gran debilidad para el mismo, por cuanto no existe una administración encargada de formular estrategias, planes y proyectos que fomenten el fortalecimiento de turismo en la región.

Capacidad financiera: Esta capacidad se refiere al nivel de inversión en cuanto a turismo en el corredor; lo cual según los gobiernos locales no se otorga un presupuesto representativo al mismo, por cuanto este sector no le representa mayores ingresos a los municipios. El 2% de lo presupuestado por las alcaldías de los 9 municipios son invertidos en cultura mediante la adecuación de polideportivos y creación de programas sociales para la comunidad.

La capacidad financiera del corredor en el ámbito interno se constituye en una debilidad para el corredor, debido al manejo desorganizado que se tiene frente al turismo, por cuanto no se analizan las necesidades reales del sector, ni se lleva un registro de ingresos por tal concepto, de manera que sea sostenible para la economía local.

Capacidad de talento humano: El talento humano en los municipios se entiende como las personas que laboran al servicio de las empresas turísticas, tales como restaurantes y hoteles de la región. La calidad del talento humano que labora en esta clase de negocios, fue medida de acuerdo a los criterios tenidos en cuenta a la hora de su contratación, arrojando como resultado la experiencia, lo cual garantiza un buen desempeño en la actividad desarrollada.

En cuanto a capacitación no existen programas direccionados hacia el trato al turista gestionados desde la administración local; en relación a algunos establecimientos encuestados, estos capacitan a su personal en cuanto a las reglas básicas de funcionamiento de su negocio, en el caso de restaurantes, en manejo y manipulación de alimentos y el aseo en general. En conclusión se puede deducir que el corredor requiere de un esfuerzo conjunto por parte de los organismos gubernamentales y de la empresa privada en cuanto al fortalecimiento del talento humano, el cual este en función del turismo.

Capacidad de Mercadeo: Las variables consideradas para analizar esta capacidad, son publicidad y nichos de mercado, los cuales fueron indagados en las encuestas y entrevistas.

En relación a la publicidad utilizada para los atractivos turísticos, algunos municipios, se escogen medios como la radio y directorio telefónico para hacer una promoción a nivel regional, más no nacional e internacional. En el caso de establecimientos, son pocos los que deciden invertir en publicidad, por cuanto no reconocen sus ventajas, eligen medios radiales por su accesibilidad y economía. Los medios que se escogen cubren un radio regional, lo cual no permite que el turista posea la información de los servicios turísticos de estos municipios desde su lugar de residencia. La definición de nichos de mercado, no es de conocimiento de la totalidad de los entrevistados, indicando que tal concepto no se tiene presente en ninguno de los municipios y por ende no existe estrategia alguna para su persuasión.

Se considera como una debilidad tanto de los sectores públicos como privados el abandono de la actividad promocional tanto de atractivos como de planta física que posee el corredor Ipiales – Tumaco, lo cual representa que el corredor deje de percibir un importante nivel de ingresos por el concepto turístico.

Capacidad competitiva: Para la determinación de esta capacidad las variables analizadas son las que tienen que ver con la planta física, infraestructura vial y calidad de servicios y productos que ofrece el corredor Ipiales – Tumaco. Esta información fue recopilada mediante entrevistas y encuestas a establecimientos.

La capacidad hotelera y de restaurantes en la mayoría de los municipios es baja, debido a que estos son de un tamaño reducido y hasta el momento no ha existido mayor demanda del servicio que exija la creación de mas establecimientos. La planta física en los municipios grandes, es decir, Ipiales y Tumaco, tienen una capacidad considerable que les permite cubrir la demanda en temporadas altas, pero se verían insuficientes ante un incremento significativo de turistas en la zona.

En cuanto a vías, el tramo El Espino – Tumaco, presenta un adecuado estado de conservación, contrario a Ipiales – El Espino (vereda de Sapuyes), El Espino - Sapuyes y Junin (vereda de Barbacoas) – Barbacoas, los cuales hasta el momento presentan un pésimo estado, que limita la llegada de un buen número de turistas en un tiempo considerable. En relación al primer trayecto, existe un proyecto en curso mediante el plan 2005 de invías para la adecuación del trayecto Guachucal-Espino; esta en proceso de aprobación y licitación Ipiales-Guachucal y

Junin – Barbacoas. Los municipios presentan una carencia de sistemas de saneamiento básico, lo que impide brindar servicios acordes a las exigencias del turista.

La calidad de los servicios y productos que ofrecen los establecimientos es considerada como adecuada, ya que en varios establecimientos se tienen en cuenta algunas normas de higiene; sin embargo las normas de seguridad industrial, el buzón de sugerencias y las políticas de calidad de servicio al cliente no se hacen presentes en la mayoría de establecimientos, impidiendo un servicio acorde a las exigencias del mercado turístico. Uno de los cuestionamientos que se les hizo a las administraciones locales, ¿Qué tipo de investigaciones se han adelantado para mejorar los productos que se ofrecen a los turistas, en cuanto a artesanías y gastronomía?, respuesta a la cual únicamente dos de los municipios afirmaron la existencia de capacitaciones en el ámbito artesanal. La competitividad, medida en calidad y cantidad de productos y servicios, puede ser evaluada de forma negativa, pero es responsabilidad de la administración pública, tomar cartas en el asunto, para asegurarle un mejoramiento a la región.

Capacidad en materia prima turística: Pese al poco conocimiento que poseen los mismos entrevistados en cuanto a los recursos que poseen al interior de sus municipios, esta capacidad es evaluada como excelente en la totalidad de los municipios pertenecientes al corredor.

Mediante la observación directa sobre los atractivos turísticos de los municipios, excepto Barbacoas, para el cual se recopiló información secundaria; se pudo establecer que el corredor es rico en sitios naturales, como volcanes, ríos, lagunas, aguas termales, cañones, cascadas, reservas naturales, entre otros.

Posee variedad en bienes culturales al ser asentamientos de comunidades indígenas como Los Pastos, Incal Awa y Eperara Siapidara, de los cuales algunos de sus resguardos aún conservan sus usos y costumbres; como fruto de esta cultura, es común encontrar entierros y petroglifos en el municipio de Cumbal, Sapuyes y Mallama; ruinas que delatan la historia de la región como las del pueblo viejo de Cumbal, la antigua cabecera de Mallama y las vías del antiguo ferrocarril; esta zona se caracteriza por tener muchas leyendas populares como El duende, La bruja, La viuda, la Tunda, y demás; la religiosidad se destaca en la hermosura de sus iglesias y capillas destacándose en mayor medida la Iglesia de Las Lajas; las cabeceras municipales poseen diversos escenarios y establecimientos comerciales por conocer, en los cuales se pueden degustar los productos típicos de la región como El cuy, trucha Arco Iris, helado de paila, productos lácteos y bebidas como: el guarapo, chapil, vinete, mistela, además de encontrar sus

artesanías a base de paja toquilla y totora; Entre sus acontecimientos programados se pueden destacar las fiestas patronales de cada uno de los municipios, celebrados de acuerdo a sus costumbres en distintas fechas del año, así también los festejos de fin de año y carnavales en los cuales presentan mediante murgas, comparsas y carrozas, lo característico de su población. En cuanto a realizaciones contemporáneas existen pocas construcciones que mostrar, las cuales se encuentran en Ipiales, Aldana y Tumaco.

Como se puede ver, el corredor es privilegiado en cuanto a potencial turístico se refiere, el cual con un compromiso real por parte de las entidades públicos y privados, así como la misma comunidad de crear las condiciones de explotación sostenible hacia un turismo de calidad, les puede traer ventajas a la región en general.

2.1.2 Matriz MEFI

Matriz 1 Matriz de evaluación integrada interna			
INVENTARIO DE VARIABLES			
AREAS CLAVES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Propaganda	Mercadeo	Permite dar a conocer los atractivos turísticos del corredor sin incurrir en costos.	m
Nichos de mercado definidos	Mercadeo	Permite definir los productos a ofrecer y los medios propicios para darlos a conocer.	M
Publicidad	Mercadeo	Permite dar a conocer los atractivos y los servicios ofrecidos.	M
Canales de distribución	Mercadeo	Permite conocer los intermediarios que venden los productos turísticos.	m
Precio de venta	Mercadeo	Define la compra de los productos y servicios del corredor.	m
Portafolio de prod. y servicios	Mercadeo	Permite conocer la diversificación de productos y servicios ofrecidos a los turistas.	M
Planta física	Locatividad	Brinda mayor imagen a las empresas relacionadas con el turismo en el corredor lo cual favorece la decisión de compra.	M
Muebles y enseres	Locatividad	Permite brindar un servicio confortable a los turistas.	m
Distribución en planta física.	Locatividad	Permite brindar mejor servicio y satisfacer las necesidades de los clientes.	m
Infraestructura	Locatividad	Condiciones en las que se encuentran las vías, sistema de agua potable y saneamiento básico del corredor.	M
Macrolocalización	Locatividad	Posición geografica del corredor que influye en la decisión del turista por determinada región.	M
Microlocalización	Locatividad	Ubicación de las empresas que ofrecen los servicios turísticos.	m

Matriz de evaluación integrada interna			
INVENTARIO DE VARIABLES			
AREAS CLAVES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Planeación	Admon.	Función administrativa que permite determinar las actividades que se desarrollaran a largo y corto plazo.	M
Organización	Admón.	Función administrativa que permite ordenar y dar buen uso a los recursos del corredor.	M
Dirección	Admón.	Permite el desarrollo de planes y proyectos liderados por las administraciones locales.	M
Evaluación y control	Admón.	Permite conocer el grado de cumplimiento de los planes propuestos.	m
Políticas de servicio al cliente.	Admón.	Permite definir parametros de calidad en servicio al cliente.	M
Filosofía	Admón.	Permite definir el perfil de los colaboradores que laboran en las empresas turísticas.	m
Asociatividad	Admón.	Permite conocer el grado de cooperativismo entre los prestadores del servicio turístico.	M
Sistemas de motivación	R. Humanos	Permite alcanzar un adecuado grado de pertenencia de los colaboradores para prestar un servicio de calidad.	m
Capacitación	R. Humanos	Manejo de programas que permiten dotar de conocimientos en relación a la atención al turista.	M
Criterios de contratación.	R. humanos	Permite conocer los métodos utilizados para la requisición del personal.	M
Trabajo en equipo	R. Humanos	Permite conocer el grado de colaboración entre las personas que prestan los servicios.	m
Participación	R. Humanos	Crea sentido de pertenencia de la comunidad cuando opina y ejecuta los proyectos.	m
Variedad de etnias	R. Humanos	Permite identificar la diversidad de grupos indígenas con sus usos y costumbres	M

Matriz de evaluación integrada interna			
INVENTARIO DE VARIABLES			
AREAS CLAVES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Inversiones	R. Financieros	Dinero destinado al mejoramiento de la planta física.	m
Presupuesto	R. Financieros	Adjudicación de costos y gastos necesarios para proyectos turísticos en el corredor	M
Variedad de atractivos	R. Físicos	Permite ofrecer una amplia gama de atractivos a los turistas	M
Belleza de los atractivos	R. Físicos	Reconocimiento de las condiciones físicas que llamen la atención del turista.	M
Insumos para elaboración de productos	R. Físicos	Materiales requeridos para la fabricación de productos finales.	m
Diversidad en tipos de turismo	R. Físicos	Permite ofrecer una amplia gama de productos turísticos para varios nichos de mercado.	M
Manual de procedimientos	Procesos	Su definición permite tener un control sobre las actividades a ejecutar.	m
Indicadores	Procesos	Determina el grado de cumplimiento de los objetivos.	m
Nivel de ventas	Procesos	Determina la participación en el mdo	M
Normas de Higiene Seguridad Industrial	Calidad	Permite ofrecer un servicio acorde a las exigencias de los turistas.	M
Criterios de Mejoramiento	Calidad	Factores utilizados para mejorar el servicio prestado a los turistas.	m
Control de calidad	Calidad	Mecanismos utilizados para eliminar defectos en los productos ofrecidos.	m
Estrategias de seguridad	Calidad	Permite el cuidado de los recursos y los clientes del corredor	m
Investigación y desarrollo	Calidad	Estudios realizados para optimizar la calidad de los productos y servicios.	m

Matriz 2 Guía de análisis del ambiente interno (SELECCIÓN DE VARIABLES)				
VARIABLES	DEBILIDADES		FORTALEZAS	
	DM	Dm	Fm	FM
1. MERCADEO: Publicidad Portafolio de productos y servicios Nichos de mercado no definidos	X			X
2. LOCATIVIDAD: Planta física Infraestructura Macrolocalización	X X			X
3. ADMINISTRACIÓN Planeación Dirección Organización Políticas de calidad y serv. Cliente Asociatividad	X X X			
4. RECURSOS HUMANOS: Capacitación Variedad de etnias Criterios de mejoramiento				
5. RECURSOS FINANCIEROS: Presupuesto				
6. RECURSOS FÍSICOS: Variedad de atractivos Belleza de atractivos Diversidad en tipos de turismo				X X X
7. PROCESOS: Nivel de ventas	X			
8. CALIDAD: Aplicación de higiene y seg. Industr				

DM= Debilidad Mayor (1)

Dm= Debilidad Menor (2)

Fm= Fortaleza Menor (3)

FM= Fortaleza Mayor (4)

Matriz 3 Matriz de evaluación de factores internos MEFI			
VARIABLES CLAVES	PONDERACIÓN	CALIFI.	RESULTADO
DEBILIDADES			
D1 Publicidad	0,04	1	0,04
D2 Infraestructura	0,04	1	0,04
D3 Planeación	0,02	1	0,02
D4 Dirección	0,04	2	0,08
D5 Organización	0,09	1	0,09
D6 Presupuesto	0,01	2	0,02
D7 Planta física	0,15	1	0,15
D8 Nivel de ventas	0,02	1	0,02
D9 Políticas de calidad y serv. Cliente	0,01	2	0,02
D10 Asociatividad	0,03	1	0,03
D11 Capacitación	0,02	2	0,04
D12 Nichos de mercado no definidos	0,01	2	0,02
D13 Aplicación de higiene y seg. Industr	0,02	2	0,04
FORTALEZAS:			
F1 Macrolocalización	0,10	4	0,40
F2 Criterios de mejoramiento	0,03	3	0,09
F3 Portafolio de productos y servicios	0,04	4	0,16
F4 Variedad atractivos	0,15	4	0,60
F5 Belleza de atractivos	0,05	4	0,20
F6 Diversidad tipos de turismo	0,12	4	0,48
F7 Variedad de etnias	0,01	3	0,03
TOTAL	1,00		2,57

El total ponderado de 2.57, que se muestra en la Matriz MEFI, indicando que la posición estratégica interna general del corredor está por arriba de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que incrementen las fortalezas internas y neutralicen las debilidades.

Se puede concluir que los resultados obtenidos en la matriz MEFI demuestran un cierto grado de posibilidades del Corredor Ipiales – Tumaco de desarrollar todo el potencial que tienen en la belleza de los atractivos y variedad de tipos de turismo que posee, por lo que se ha tenido en cuenta en esta parte del estudio el inventario de los atractivos turísticos potencialmente explotables para determinar exactamente las fortalezas de cada uno de los municipios en este campo y la

macro localización en la que se encuentra posicionado, aunque existen debilidades que hasta el momento han impedido que este sector se constituya en uno de los principales generadores de desarrollo económico como son la inadecuada planta física y organización del sector turístico, que no solamente afecta al Corredor sino al departamento en general.

2.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CORREDOR

2.2.1 Macroambiente externo del corredor turístico Ipiales – Tumaco Con el objeto de elaborar el diagnóstico externo se realizó un análisis competitivo para el Corredor Ipiales – Tumaco de manera que se pueda identificar claramente las oportunidades y amenazas presentes en cada uno de los factores externos a los que se enfrenta el corredor en el mercado turístico. Para su valoración se recopiló información de las entrevistas dirigidas a entidades departamentales, encuestas dirigidas a agencias de viaje y expertos; además de un análisis competitivo con su fuerte competidor, el Eje Cafetero.

2.2.1.1 Entrevistas dirigidas a entidades departamentales Se ha tenido en cuenta la realización de entrevistas dirigidas a las entidades de carácter departamental como son las entidades promotoras de turismo (Agencia de Desarrollo Local de Nariño, Oficina de Turismo, Fondo Mixto de Cultura y Turismo de Nariño), ambientales (Corponariño y Parques Naturales Nacionales), gremiales (Cotelco) y Planeación Departamental.

Entrevista dirigida a entidades promotoras de turismo: Las entrevistas dirigidas a las entidades promotoras de turismo fueron atendidas por la Oficina de Turismo de Nariño, el Fondo Mixto de Cultura y Turismo y la Agencia de Desarrollo Local, en las cuales se recopiló la siguiente información:

Entre las funciones que desarrollan las entidades promotoras de turismo en el departamento de Nariño, se encuentran: articular los sectores tanto gubernamentales como privados, con el fin de incentivar el turismo en el departamento; dar a conocer el potencial turístico con el que cuenta Nariño utilizando la promoción; diagnosticar el estado en el que se encuentra el sector de tal manera que se puedan diseñar estrategias para su adecuado funcionamiento y crear productos turísticos que sean atractivos al mercado. En cuanto a la estructura organizacional, cada una de las entidades esta dirigida por una Junta o Asamblea compuesta por dirigentes del orden público y privado, quienes eligen un representante legal a manera de director o gerente, el cual cumpla con el objeto social de la entidad. Estas organizaciones aunque están bien constituidas

estructuralmente, su desempeño no ha estado acorde con las expectativas de la comunidad.

Una de las políticas bajo la cual trabajan las entidades promotoras de turismo, es la búsqueda constante de vínculos empresariales y gubernamentales, con miras a fortalecer el sector turístico y su esquema de planeación; además de velar por la preservación de los recursos naturales de los cuales se vale. Con respecto a esta información cabe anotar que los entrevistados dudaron en su respuesta y no clarificaron las políticas manejadas, denotando su inexistencia o al menos su claridad por parte de estos dirigentes. Con respecto a la realización de esfuerzos conjuntos con otras entidades para promover el desarrollo turístico del departamento, una de las entidades reconoció que es una tarea que aún no ha cumplido, las otras dos expresaron sus relaciones con todo tipo de empresas, instituciones educativas, además de las administraciones locales, quienes inciden directamente sobre las decisiones de una región determinada, uno de los ejemplos nombrados es el plan estratégico de turismo desarrollado en el año pasado.

En cuanto a los departamentos competidores para Nariño en turismo, las entidades nombraron las regiones de acuerdo al tipo de turismo ofrecido: En cuanto a turismo de naturaleza, el Amazonas y el eje cafetero fueron nombrados de acuerdo al auge que poseen en la actualidad; en turismo religioso, Popayán aparece por su reconocida programación de la Semana Mayor (Semana Santa) y su historia; turismo de sol y playa se nombran a Cartagena y San Andrés las cuales son ciudades que si pueden ser catalogadas como tal, debido a su desarrollo ciudadano, contrario a las playas de Tumaco; y en cuanto a acontecimientos y eventos, el Carnaval de Barranquilla, Feria de Manizales y Feria de Cali los cuales aunque están en similares condiciones culturales a los Carnavales de Blancos y Negros si poseen mayor reconocimiento y acogida en el país.

Únicamente una de las entidades se atrevió a lanzar unos posibles nichos de mercado que visitan el departamento los cuales los definió como personas del Valle, Eje Cafetero y Putumayo; las demás evadieron su responsabilidad al responder que tal definición le compete a otros entes, como la Secretaría de Planeación Departamental y operadores turísticos. Los medios utilizados por las entidades para promocionar los atractivos turísticos del departamento son: Ferias y eventos relacionados con el turismo a nivel regional y nacional como la feria Expo Andina en Pasto y feria Sur Occidental en Bogotá, entre otras; paquetes turísticos lanzados en alianza con algunas de las agencias de viaje de la ciudad de Pasto, paquete promocional con la nueva imagen del turismo en Nariño y distintos folletos que reflejan sitios representativos del departamento. De acuerdo a los medios nombrados, la televisión e Internet no han sido incluidos pese a que son

medios masivos y podrían permitir un mayor acceso al orden Nacional e Internacional.

Los proyectos que se han adelantado en los últimos años para los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco nombrados, son la creación de productos de ecoturismo, turismo histórico, construcción del teleférico en Las Lajas, los cuales no se conocen sus resultados al menos en obras visibles. Además de proyectos físicos se nombran la agenda interna organizada en años pasados en la cual se distinguió el importante papel del turismo sobre nuestra economía y el Diplomado de Gerencia en Marketing Turístico, el cual sembró un mayor interés por este tema; de acuerdo a esta información como los únicos proyectos que le han favorecido al corredor son adelantos en la creación de cultura turística sobre algunos miembros de la comunidad de la ciudad de Pasto en relación al potencial con que cuenta Nariño.

Los atractivos turísticos de tales municipios, que tienen reconocimiento a nivel departamental, nacional e internacional son el Santuario de Las Lajas destacado por las entidades promotoras de turismo, quienes afirman su reconocimiento nacional e internacional; los volcánes Cumbal, Chiles y Azufral, son nombrados por su belleza paisajística, de los cuales uno, el Cumbal tiene un reconocimiento mas allá de lo regional, debido a las bajadas de hielo y azufre y al accidente aéreo ocurrido en años anteriores; la playa de Bocagrande en representación del municipio de Tumaco se destaca por ser sitio vacacional para algunos nariñenses. Las reservas Biotopo y Ñambí son sitios nombrados, sin embargo estas no son conocidas ni siquiera en el departamento.

En general se relaciona como una debilidad la planta física que posee el sector turístico en los municipios del corredor, destacándose en cuanto a hospedaje y alimentación las grandes ciudades como son Ipiales y Tumaco, aunque se quedan cortas en calidad en el servicio. Las tres entidades entrevistadas coincidieron en afirmar las precarias condiciones en cuanto a planta física en el corredor, pero finalizaron sugiriendo elementos de los cuales sacar provecho para aminorar estas carencias, como son: oportunidades de creación de empresas en la zona, y la gran diversidad gastronómica que ella ofrece.

Entrevista dirigida a entidades ambientales: Una de las entrevistas que se tenía planificada era la de Corponariño Pasto, la cual es la principal sede en Nariño, sin embargo esta no pudo ejecutarse debido a la negativa de su representante; por lo que se aplicó a Corponariño Ipiales y Parques Nacionales como autoridades ambientales que podrían regir sobre el corredor Ipiales - Tumaco, en tales entrevistas se recopiló la siguiente información:

Las entidades tienen funciones relacionadas con la preservación de los recursos naturales, las cuales poseen sus propias actividades; una de ellas se encarga únicamente de las áreas protegidas y la otra por los recursos ambientales en general; es decir, según lo anterior se complementan para cumplir con sus respectivas funciones en el departamento, pero solo Corponariño sería la entidad que podría incidir directamente sobre el corredor objeto de estudio, ya que en esta zona no hay declarado ningún parque natural.

Con respecto a las políticas institucionales y de divulgación, solo una de las entidades reconoció su compromiso frente al turismo, la otra aseguró no tener adelantos en tal sentido. La política nombrada por Parques Nacionales fue la alianza con corporaciones autónomas como Corponariño Pasto, alcaldías, y especialmente la Gobernación y su oficina de turismo con el fin de coordinar la alfabetización de las áreas protegidas tanto en los municipios como en el departamento para instruir en cuanto al ecoturismo. Como requisitos exigidos para la aprobación de proyectos de turismo, Corponariño Ipiales y Parques Nacionales, nombran el cumplimiento del estatuto forestal y decreto 6-22 de 1975 respectivamente, los cuales tratan acerca de usos, manejos, conservación y protección de los recursos naturales.

En cuanto a los convenios con entidades públicas y privadas encaminadas a fortalecer el sector turístico, Parques Nacionales lo definió como compromisos interinstitucionales con entidades que manejan la parte ambiental. La otra entidad insistió en que no es de su competencia nada que tenga que ver con el turismo, o al menos no ha habido ningún adelanto en tal sentido.

Los aspectos geográficos y de biodiversidad destacados por los entrevistados fueron los ecosistemas propios de esta región compuestos por bosques naturales, páramos, cuencas y ríos que abastecen de agua a varias poblaciones, entre ellas la ciudad de Ipiales. Los proyectos que maneja actualmente Corponariño, la cual tiene a su cargo parte del corredor, es lo correspondiente a la Exprovincia de Obando, comentó la elaboración de un documento hace algunos años en donde se propuso fomentar la actividad turística en esta zona, pero hasta ahora no ha tenido fruto alguno.

La mayoría de los atractivos turísticos nombrados no se pueden considerar como naturales, pero sin embargo cabe rescatar la mención de sitios del municipio de Cumbal, como los volcanes y reservas; además La planada y el corredor biológico natural de la costa pacífica en la zona de la sierra andina.

Entrevista dirigida a entidades gremiales: La entrevista dirigida a las entidades gremiales fue atendida por la Asociación hotelera de Colombia COTELCO – Capítulo Nariño, en la cual se recopiló la siguiente información:

Las actividades a las que se dedica Cotelco en cuanto al fortalecimiento de la industria de la hospitalidad son: La representación únicamente de los hoteles que se encuentran afiliados, promoción de los establecimientos y los destinos como tal en los diferentes eventos que se hacen a nivel nacional e internacional, la publicidad en el directorio telefónico y página Web, las alianzas estratégicas que han realizado con la agencia local de desarrollo y agencia de viajes Tesa y por último la capacitación que se hace mensualmente con personal altamente idóneo, provenientes primordialmente de la Universidad Externado de Colombia y de la escuela de hotelería del SENA. Según la respuesta de Cotelco, se puede deducir que existe gran organización y definición de actividades encaminadas a la promoción y excelencia en la calidad de los servicios que prestan los hoteles afiliados; pero hay que tener en cuenta que únicamente existe un hotel del corredor Ipiales-Tumaco que pertenece a esta entidad que es el Hotel los Andes ubicado en el municipio de Ipiales y que por lo tanto existe una gran debilidad ya que todos los beneficios que brinda Cotelco no son aprovechados por los hoteles de los 8 municipios restantes que comprende el corredor.

Los criterios que se tienen en cuenta para contratar al personal de los establecimientos son, la vocación de servicio y preparación en el campo que se va a desempeñar; estos criterios requieren de un proceso de reclutamiento y contratación que están acordes a los criterios definidos por la administración y que buscan satisfacer los deseos y expectativas de los clientes.

Las tarifas las maneja cada hotel de acuerdo a sus características, su infraestructura, sus servicios y la ubicación; en las épocas de temporada se realizan descuentos especiales por grupos. Esta respuesta denota una desorganización en cuanto a los precios de los servicios ofrecidos fortaleciendo la competencia desleal. Cotelco afirma que no existe ningún asociado que pertenezca al corredor Ipiales-Tumaco, ocasionando que el mejoramiento y la promoción de los hoteles afiliados, no pueda ser aprovechado por el corredor excepto por el hotel afiliado de la ciudad de Ipiales.

Con respecto a la evaluación de la capacidad en planta física turística en los municipios del corredor la funcionaria asegura que en Ipiales esta a la altura de cualquier hotel y restaurante del país; esta respuesta denota un reconocimiento de las buenas condiciones en que se encuentra el municipio de Ipiales y la carencia de planta física acorde a las necesidades del turista en los 8 municipios restantes,

convirtiéndose en una amenaza que limita el desarrollo económico que puede brindar el turismo a otras regiones.

Tanto en Ipiales como en Pasto los establecimientos cuentan con recursos tecnológicos como la sistematización en los procesos contables, de recepción y de restaurantes; casi todos tienen Internet banda ancha. La tecnología con la que se supone cuentan los establecimientos afiliados a esta entidad permiten facilitar los procesos y brindar un servicio más confortable y satisfactorio.

Con respecto a los proyectos que se están manejando en el momento que favorecen el sector turístico del corredor, Cotelco dice, hace parte del proyecto Emprende Camino Conoce a Nariño, ya que lo están tomando como su marca y slogan; además están trabajando en convenio y alianza estratégica con las agencias de viaje Cielo y Tierra, con Latina que depende de Tesa con planes que primordialmente involucra a la cocha, la circunvalar al Galeras, Las Lajas y Tulcán. Se nota una gran preocupación por parte de la entidad por asociarse y dar a conocer algunos atractivos del departamento de Nariño, convirtiéndose este aspecto en una gran oportunidad para que los hoteles.

Cotelco tiene convenios con el fondo de promoción turística, con el Sena y el instituto educativo de hoteles y moteles de Estados Unidos para fortalecer la capacitación y promoción de los hoteles afiliados; esta respuesta indica que Cotelco brinda grandes oportunidades de mejoramiento continuo en la calidad y permite la promoción a nivel nacional e internacional de los hoteles que están afiliados, haciendo que el mercado potencial pueda tener un mayor conocimiento de los atractivos y servicios que se brindan en nuestro municipio y por lo tanto que se genere mayor demanda en el sector turístico.

Entrevista dirigida a secretaria de planeación departamental: La entrevista dirigida a secretaria de planeación departamental fue atendida por la Coordinadora del Plan Turístico de Nariño, en la cual se recopiló la siguiente información:

Existe total desconocimiento del crecimiento económico generado por el turismo en el departamento de Nariño, denotando el desinterés que existe en las entidades que están directamente involucradas en el desarrollo del sector turístico del departamento. Con respecto a los proyectos adelantados en el campo del turismo en los municipios del corredor se hizo un llamado a todas las entidades que trabajan con el sector turismo y mediante talleres se concertó el plan de desarrollo turístico del departamento haciendo DOFA y la identificación de

variables o ejes transversales para potenciar el sector turismo; las variables identificadas fueron: La asociatividad, formación o capacitación en cuanto a turismo, responsabilidad del SENA, ACOPI y ADL., la inversión y la infraestructura que se trabajará a través de proyectos y la promoción del turismo, teniendo en cuenta la seguridad, principal preocupación. También se han realizado contactos a nivel binacional con el Ecuador para trabajar unos paquetes turísticos internacionales. Podemos ultimar que las actividades desarrolladas muestran un reciente interés por parte del gobierno departamental en cuanto al sector turístico, dando lugar a que el corredor Ipiales-Tumaco tenga mayores posibilidades a la hora de generar desarrollo económico para sus pobladores y empresas conexas con este sector.

En cuanto a las apreciaciones que tiene la directora de planeación respecto a los lugares de valor, únicamente el Santuario de las Lajas y las Reservas Naturales de Biotopo y Nambí tienen valor turístico que las convierte como potenciales generadoras de desarrollo turístico; demostrando que no existe un conocimiento preciso de todos los sitios atractivos que posee la vía que conduce desde Ipiales al mar, convirtiéndose esta respuesta en una amenaza para el corredor ya que si se está trabajando en el plan de desarrollo turístico del departamento se está desconociendo el gran potencial de diferentes regiones que pueden hacer de ese plan una verdadera fuente de riqueza e interés para los potenciales inversionistas, capacitadores y los clientes o turistas.

Con respecto a la promoción departamental y nacional de los atractivos que poseen los municipios del corredor la entrevistada afirma que se dará a conocer la nueva imagen del turismo en Nariño, y que el ministerio de industria comercio y turismo está apoyando la parte de promocionar el departamento de Nariño, además que hay contactos con operadores nacionales e internacionales para promocionar los paquetes turísticos y también que se está trabajando con empresarios particulares pero apoyados por la oficina departamental de turismo. Con respecto a esta pregunta se puede afirmar que se dio a conocer la nueva imagen del turismo en Nariño, pero no se ha conocido la gestión que ha desarrollado la oficina de turismo para promocionar paquetes turísticos apoyando a empresarios particulares; demostrando que la respuesta dada no corresponde con la realidad que vive el sector turístico del departamento.

Las funciones administrativas en relación con el turismo se enfocan en invitar a todos los alcaldes que se agrupen a este proceso de desarrollo del sector turismo; esta tarea no está claramente definida y por lo tanto no está acorde a las funciones que debería desempeñar una entidad que se encarga del desarrollo del sector turístico del departamento, además los municipios deberían estar participando de forma activa desde el momento en que se empezó a realizar el

plan de desarrollo turístico del departamento. No hay proyectos de inversión para fomentar el turismo ya que primero se tiene que capacitar a la comunidad en formular proyectos de inversión turística; se tiene claro que primero se tiene que capacitar a las comunidades, pero las empresas y entidades que se relacionan con el turismo se supone que conocen los aspectos y requisitos para realizar proyectos de inversión que fortalezcan el sector turístico de la región, entonces no se debe realizar un proceso tan lento ya que no solamente los municipio deben proponer proyectos.

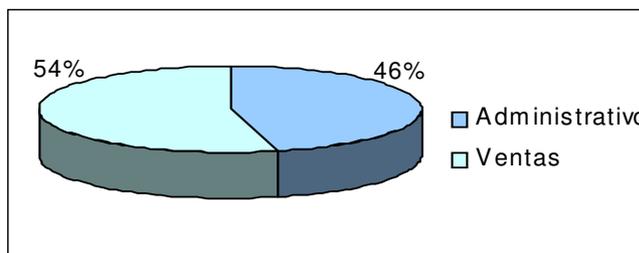
Las condiciones en que se encuentra el esquema de ordenamiento territorial para los municipio correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco es: Tumaco, Barbacoas y Guachucal no tienen esquema de ordenamiento territorial; Sapuyes aprobó en el 2005, Ipiales: plan maestro de acueducto, alcantarillado y aseo; Cumbal: Ejecución del proyecto regional de acueducto del gran Cumbal; Mallama y Aldana: No tienen nada. Esta respuesta permite conocer que la mayoría de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco no cuentan con aspectos básicos relacionados con saneamiento básico que se convierte en una debilidad ya que no se cuenta con las características indispensables de salubridad que se deben ofrecer a los turistas.

2.2.1.2 Análisis encuestas dirigidas a agencias de viajes

Tabla 25 Cargo del encuestado de las agencias de viaje

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Administrativo	18	46
Ventas	21	54
TOTAL	39	100

Figura 25 Cargo del Encuestado de las agencias de viaje



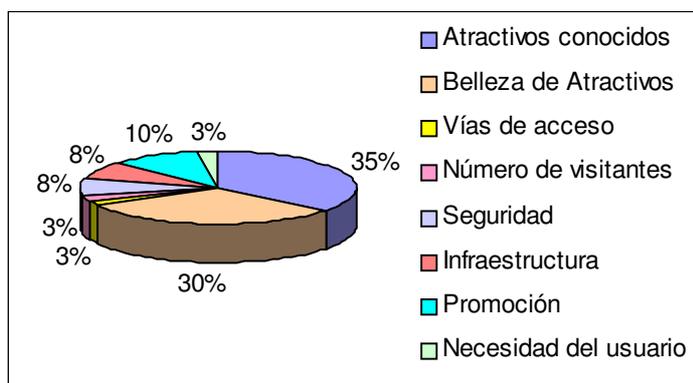
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La mayoría de los encuestados corresponde al personal de ventas, lo que indica que en gran parte de los establecimientos, la información que se solicita, es suministrada por personal diferente al gerente u otro administrativo.

Tabla 26 Primer criterio de escogencia de un destino turístico

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atractivos conocidos	14	35
Belleza de Atractivos	12	30
Vías de acceso	1	3
Número de visitantes	1	3
Seguridad	3	8
Infraestructura	3	8
Promoción	4	10
Necesidad del usuario	1	3
TOTAL	39	100

Figura 26 Primer criterio de escogencia de un destino turístico



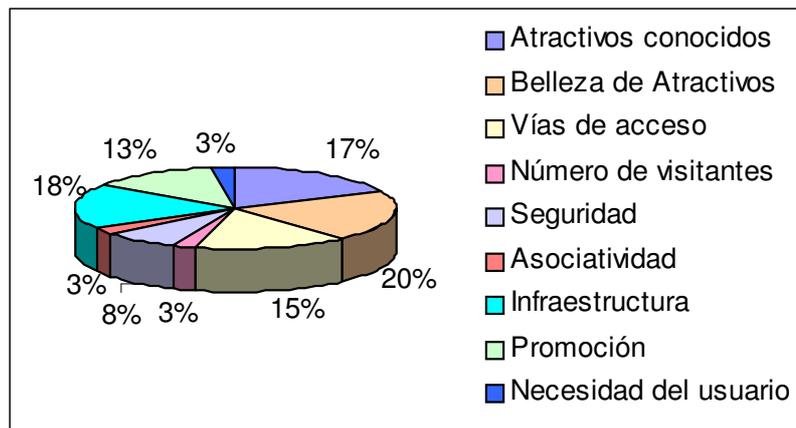
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La tendencia muestra que las agencias de viajes, tienen como un factor determinante para la elaboración de sus planes la reducción de riesgos, al buscar que los destinos tengan cierto grado de reconocimiento.

Tabla 27 Segundo criterio de escogencia de un destino turístico

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atractivos conocidos	7	17
Belleza de Atractivos	8	20
Vías de acceso	6	15
Número de visitantes	1	3
Seguridad	3	8
Asociatividad	1	3
Infraestructura	7	18
Promoción	5	13
Necesidad del usuario	1	3
TOTAL	39	100

Figura 27 Segundo criterio de escogencia de un destino turístico



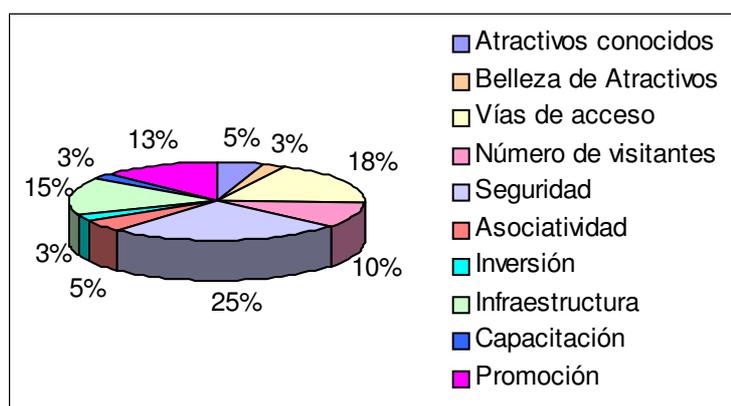
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Como segundo criterio de escogencia, las agencias de viaje tienen en cuenta que los lugares que se visiten sean atractivos a la vista de los turistas, los cuales gocen de belleza exótica, permitiendo atraer la atención de los visitantes; este hallazgo se constituye en un dato importante para la presente investigación por cuanto la región objeto de estudio estaría bien evaluada en tal aspecto.

Tabla 28 Tercer criterio de escogencia de un destino turístico

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atractivos conocidos	2	5
Belleza de Atractivos	1	3
Vías de acceso	7	18
Número de visitantes	4	10
Seguridad	10	25
Asociatividad	2	5
Inversión	1	3
Infraestructura	6	15
Capacitación	1	3
Promoción	5	13
TOTAL	39	100

Figura 28 Tercer criterio de escogencia de un destino turístico



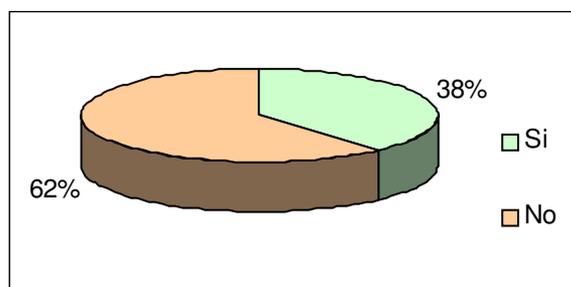
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La cuarta parte de las agencias encuestas coinciden en afirmar que la seguridad es un ítem muy importante a tener en cuenta a la hora de formular un plan, debido a las condiciones coyunturales en las que se encuentra el país.

Tabla 29 Tiene planes que incluyan destinos en Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	38
No	24	62
TOTAL	39	100

Figura 29 Tiene planes que incluyan destinos en Nariño



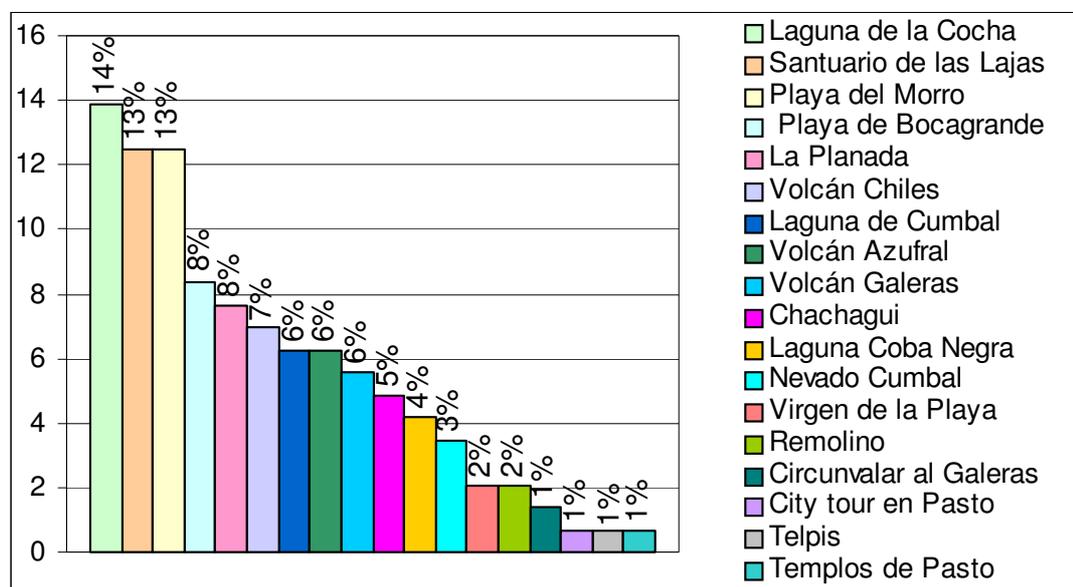
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Casi dos terceras partes de la totalidad de agencias, no poseen planes que incluyan destinos dentro del departamento, denotando el poco interés por promocionar los atractivos turísticos con los que cuenta Nariño, y por todo lo que implica ofrecer un paquete sin las condiciones requeridas por los turistas.

Tabla 30 Destinos incluidos en los planes turísticos

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Laguna de la Cocha	20	5	14
Santuario de las Lajas	18	5	13
Playa del Morro	18	5	13
Playa de Bocagrande	12	3	8
La Planada	11	3	8
Volcán Chiles	10	3	7
Laguna de Cumbal	9	2	6
Volcán Azufral	9	2	6
Volcán Galeras	8	2	6
Chachagui	7	2	5
Laguna Coba Negra	6	2	4
Nevado Cumbal	5	1	3
Virgen de la Playa	3	1	2
Remolino	3	1	2
Circunvalar al Galeras	2	1	1
City tour en Pasto	1	0	1
Telpis	1	0	1
Templos de Pasto	1	0	1
TOTAL	144	39	100

Figura 30 Destinos incluidos en los planes turísticos



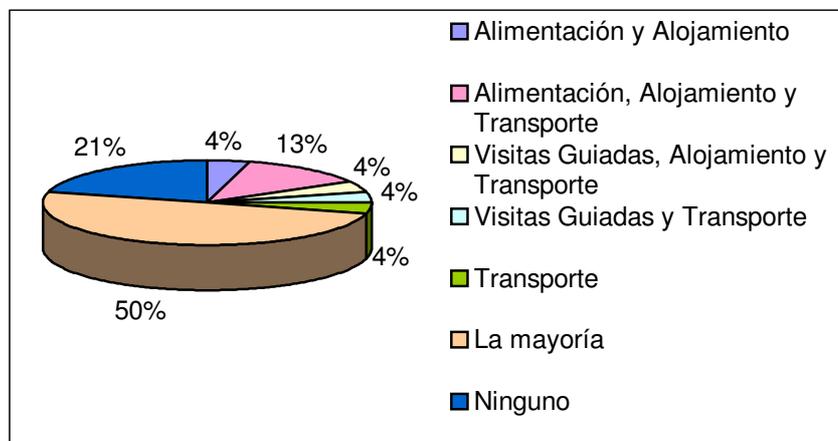
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El 64% de los destinos del departamento que se incluyen en los planes que poseen las agencias de viaje, pertenecen al corredor Ipiales – Tumaco, denotando el potencial turístico presente en la zona objeto de estudio. El principal destino incluido en los planes que ofrecen las agencias, es la Laguna de la Cocha, la cual es una opción económica por su poca distancia de la ciudad y por la belleza que posee este sitio. En igual proporción se tiene en cuenta el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas y el Morro, ya que son lugares escogidos por nichos que poseen un buen nivel de ingresos, peregrinos y personas que desean un descanso, este dato es importante para la presente investigación porque son lugares pertenecientes al corredor objeto de estudio.

Tabla 31 Servicios turísticos ofrecidos en los planes

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Alimentación y Alojamiento	1	2	4
Alimentación, Alojamiento y Transporte	3	5	13
Visitas Guiadas, Alojamiento y Transporte	1	2	4
Visitas Guiadas y Transporte	1	2	4
Transporte	1	2	4
La mayoría	12	20	50
Ninguno	5	8	21
TOTAL	24	39	100

Figura 31 Servicios turísticos ofrecidos en los planes



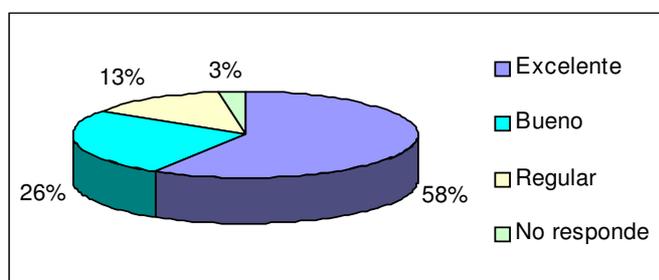
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La mitad de los encuestados ofrecen la gran mayoría de los servicios turísticos mencionados en el formato de encuesta, lo cual indica que las agencias de viaje están ofreciendo un portafolio de servicios atractivo a sus usuarios.

Tabla 32 Evaluación santuario de nuestra señora de Las Lajas

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	23	58
Bueno	10	26
Regular	5	13
Malo	NA	0
No responde	1	3
TOTAL	39	99

Figura 32 Evaluación santuario de nuestra señora de Las Lajas



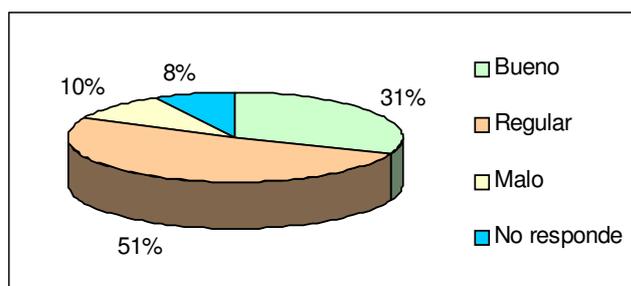
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Más de la mitad de los encuestados, evalúan el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas como excelente, por su gran belleza arquitectónica y la fervorosidad que implica su visita.

Tabla 33 Evaluación puente internacional de Rumichaca

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	12	31
Regular	20	51
Malo	4	10
No responde	3	8
TOTAL	39	100

Figura 33 Evaluación puente internacional de Rumichaca



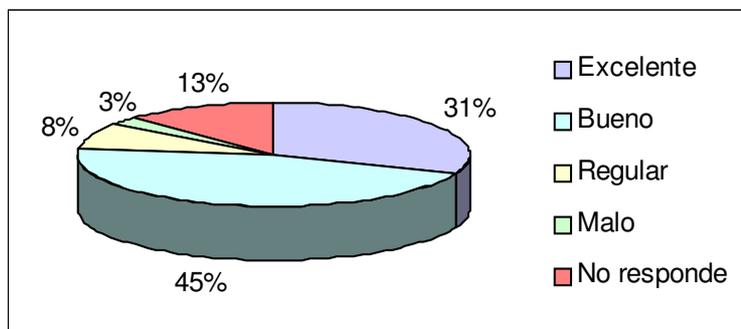
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Gran parte de la población encuestada evaluó como regular el Puente de Rumichaca, debido a que no ofrece al turista portafolios de servicios turísticos debido a que es un centro de intercambio comercial entre Colombia y Ecuador.

Tabla 34 Evaluación museo del oro de Ipiales

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	12	31
Bueno	18	45
Regular	3	8
Malo	1	3
No responde	5	13
TOTAL	39	100

Figura 34 Evaluación museo del oro de Ipiales



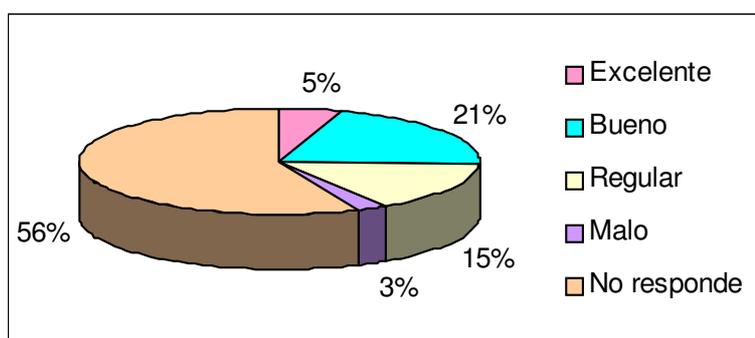
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El museo del Oro del Banco de la República, ubicado en la ciudad de Ipiales es catalogado como bueno, gracias al interés cultural que puede tener su visita, pero no llega a ser excelente porque es un lugar difícil de vender en un plan turístico.

Tabla 35 Evaluación casa de la cultura de Ipiales

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	5
Bueno	8	21
Regular	6	15
Malo	1	3
No responde	22	56
TOTAL	39	100

Figura 35 Evaluación casa de la cultura de Ipiales



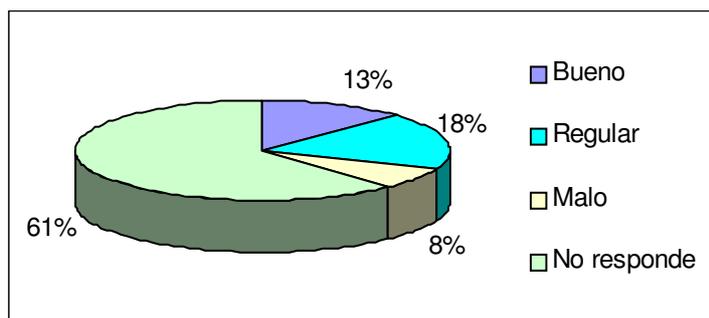
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La gran mayoría no respondió a tal evaluación, ya que es un lugar desconocido para los encuestados, el cual tiene gran importancia para los habitantes de la ciudad de Ipiales, pero no representa mayor atractivo para los demás.

Tabla 36 Evaluación hospital civil de Ipiales

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	5	13
Regular	7	18
Malo	3	8
No responde	24	61
TOTAL	39	100

Figura 36 Evaluación hospital civil de Ipiales



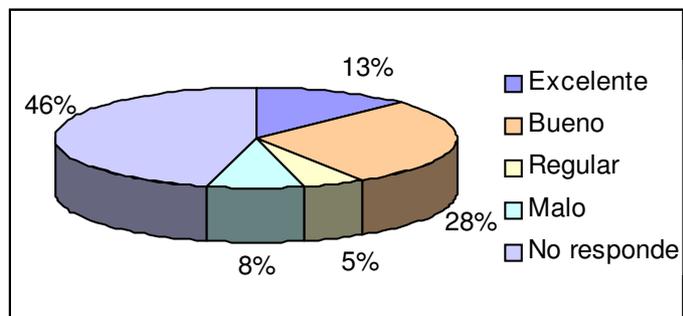
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El hospital civil de Ipiales es evaluado con el desconocimiento, debido a que queda ubicado en tal ciudad y no llama la atención su visita.

Tabla 37 Evaluación patinódromo Diego Rosero

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	5	13
Bueno	11	28
Regular	2	5
Malo	3	8
No responde	18	46
TOTAL	39	100

Figur37 Evaluación patinódromo Diego Rosero



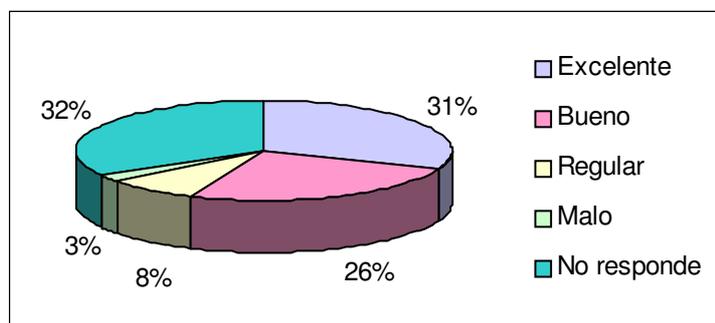
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: A pesar de que cerca de la mitad de los encuestados, no conocen el patinódromo Diego Rosero, un gran porcentaje lo califican como bueno debido a que es uno de los mejores a nivel Nacional, y un orgullo para los nariñenses.

Tabla 38 Evaluación volcán nevado de Chiles

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	12	31
Bueno	10	26
Regular	3	8
Malo	1	3
No responde	13	32
TOTAL	39	100

Figura 38 Evaluación volcán nevado de Chiles



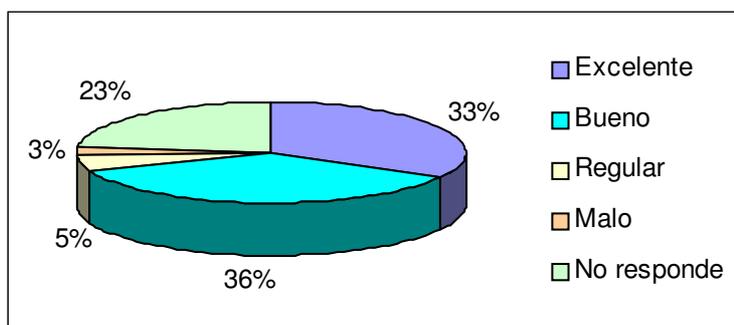
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Aunque el Volcán Nevado de Chiles fue evaluado como excelente, tal valoración fue hecha por su belleza paisajística y no por su infraestructura turística, punto que siempre fue aclarado por los encuestados.

Tabla 39 Evaluación laguna de Cumbal

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	13	33
Bueno	14	36
Regular	2	5
Malo	1	3
No responde	9	23
TOTAL	39	100

Figura 39 Evaluación laguna de Cumbal



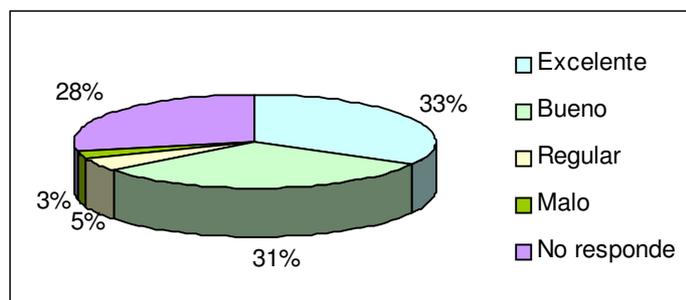
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En general la Laguna de la Bolsa más conocida como Laguna de Cumbal fue catalogada como buena debido a su belleza y el gusto generalizado por el contacto con lagunas por parte de los turistas.

Tabla 40 Evaluación nevado de Cumbal

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	13	33
Bueno	12	31
Regular	2	5
Malo	1	3
No responde	11	28
TOTAL	39	100

Figura 40 Evaluación nevado de Cumbal



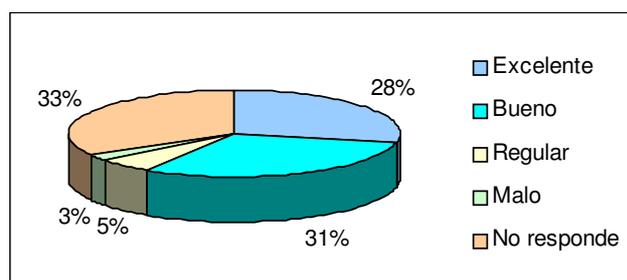
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Como excelente es evaluado el Volcán Nevado de Cumbal, el cual ofrece a sus visitantes una diversidad de actividades y gran nivel de aventura.

Tabla 41 Evaluación volcán Azufral

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	11	28
Bueno	12	31
Regular	2	5
Malo	1	3
No responde	13	33
TOTAL	39	100

Figura 41 Evaluación volcán Azufral



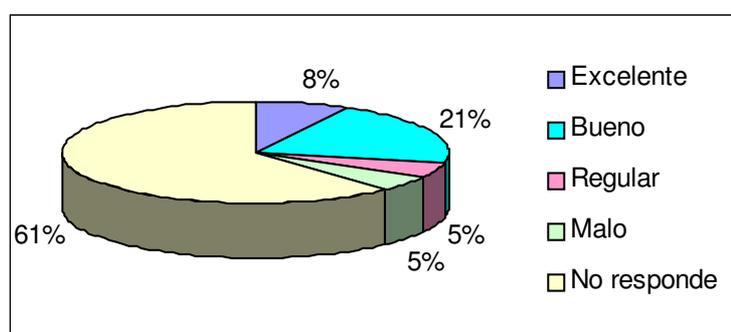
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El Volcán Azufral se lo califica como bueno, más que por sus características físicas, por su difícil acceso y el bajo nivel de infraestructura turística que se puede ofrecer a sus visitantes.

Tabla 42 Evaluación cerro Gualcalá

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	8
Bueno	8	21
Regular	2	5
Malo	2	5
No responde	24	61
TOTAL	39	100

Figura 42 Evaluación cerro Gualcalá



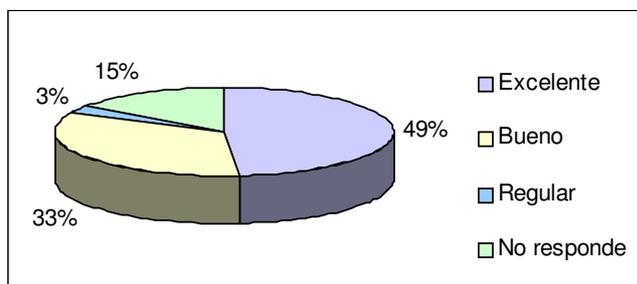
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La gran mayoría desconocen el Cerro Gualcalá o comúnmente conocido como Dedo de Dios, al cual es difícil tener un acceso directo y puede ser visto con asesoría de un guía o conocedor del lugar.

Tabla 43 Evaluación reserva natural la Planada

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	19	49
Bueno	13	33
Regular	1	3
Malo	NA	0
No responde	6	15
TOTAL	39	100

Figura 43 Evaluación reserva natural la Planada



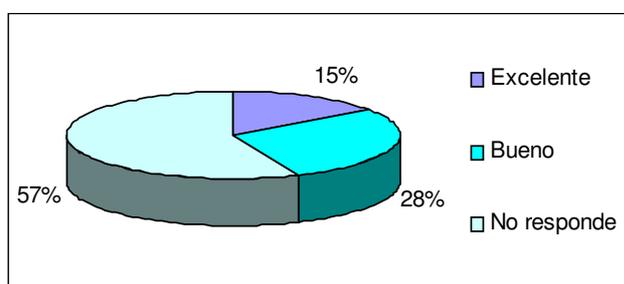
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La Reserva Natural la Planada, es bien calificada por la gran cantidad de especies exóticas que se pueden admirar, en especial el oso de anteojos que ocasiona un gran interés entre los ecologistas y visitantes en general; no fue mayor el número de personas que lo catalogaron como excelente debido a los problemas de orden público de la zona y las precarias condiciones de sus vías.

Tabla 44 Evaluación reserva natural Rio Lambí

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	6	15
Bueno	11	28
Regular	NA	0
Malo	NA	0
No responde	22	57
TOTAL	39	100

Figura 44 Evaluación Reserva Natural Rio Lambí



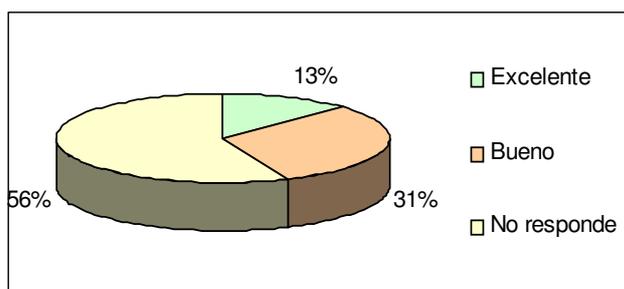
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Gran parte de la población encuestada no puede evaluar la Reserva Natural Río Ñambí porque es un sitio que no se le ha hecho mayor publicidad e intento por darlo a conocer.

Tabla 45 Evaluación reserva natural Biotopo

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	5	13
Bueno	12	31
Regular	NA	0
Malo	NA	0
No responde	22	56
TOTAL	39	100

Figura 45 Evaluación reserva natural Biotopo



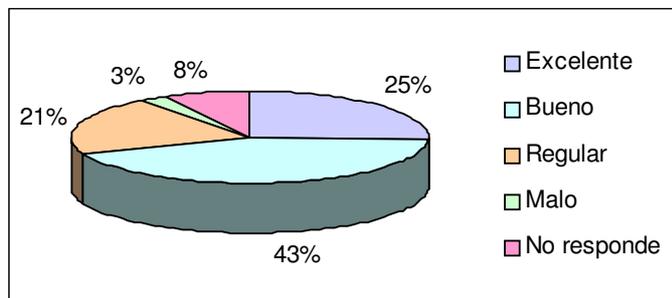
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La Reserva Natural Biotopo al igual que Río Ñambí es un sitio poco conocido y por tanto no se puede dar ninguna apreciación del mismo.

Tabla 46 Evaluación playa el Morro

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	10	25
Bueno	17	43
Regular	8	21
Malo	1	3
No responde	3	8
TOTAL	39	100

Figura 46 Evaluación playa el Morro



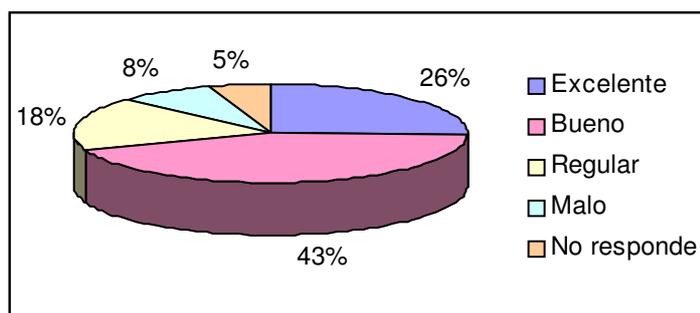
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La playa el Morro tiene una calificación aceptable por su pésima infraestructura en cuanto a alcantarillado y no por la belleza de su playa.

Tabla 47 Evaluación playa Bocagrande

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	10	26
Bueno	17	43
Regular	7	18
Malo	3	8
No responde	2	5
TOTAL	39	100

Figura 47 Evaluación playa Bocagrande



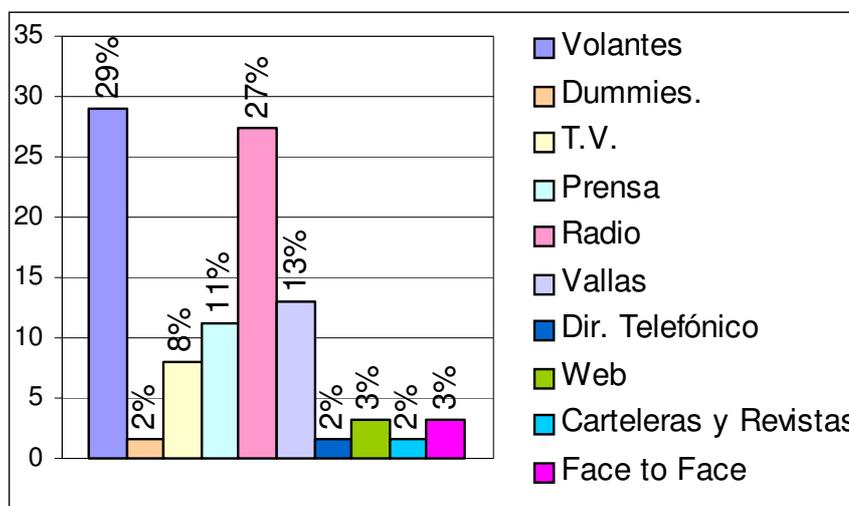
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La playa Bocagrande es evaluada como buena por sus características paisajísticas y por no tener una adecuada planta física que permita evaluarla como excelente.

Tabla 48 Medios utilizados para promocionar los destinos del departamento

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Volantes	18	11	29
Dummies	1	1	2
T.V.	5	3	8
Prensa	7	4	11
Radio	17	11	27
Vallas	8	5	13
Dir. Telefónico	1	1	2
Web	2	1	3
Carteleras y Revistas	1	1	2
Face to Face	2	1	3
TOTAL	62	39	100

Figura 48 Medios utilizados para promocionar los destinos del departamento



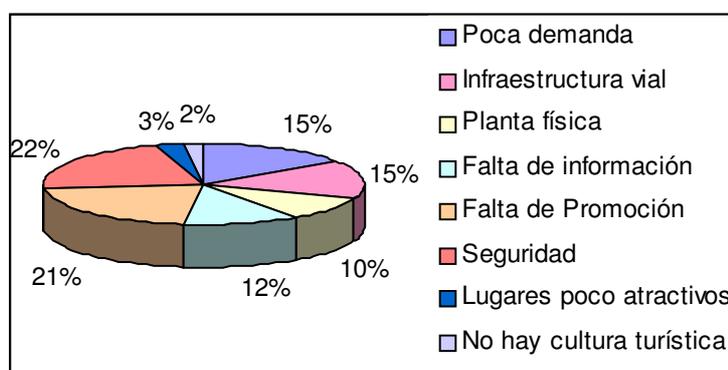
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Los volantes y la radio son medios escogidos para ofrecer los planes que incluyan destinos dentro del departamento, debido a sus bajos costos e impacto sobre el mercado regional.

Tabla 49 Factores que limitan la creación de planes turísticos en Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Poca demanda	16	7	18
Infraestructura vial	16	7	18
Planta física	10	4	11
Falta de información	12	5	14
Falta de Promoción	22	10	25
Seguridad	23	10	26
Lugares poco atractivos	3	1	3
No hay cultura turística	2	1	2
TOTAL	88	39	100

Figura 49 Factores que limitan la creación de planes turísticos en Nariño



Fuente: Esta investigación

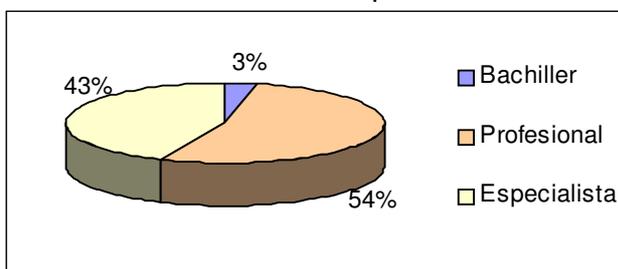
Análisis de la información: La inseguridad es el principal factor que limita las iniciativas de crear planes dentro del departamento, seguido de la falta de promoción de los atractivos que posee Nariño impidiendo así el desarrollo de este sector.

2.2.1.3. Análisis encuestas dirigidas a expertos

Tabla 50 Nivel académico de los expertos en marketing turístico

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bachiller	1	3
Profesional	16	53
Especialista	13	43
TOTAL	30	100

Figura 50 Nivel académico de los expertos en marketing turístico



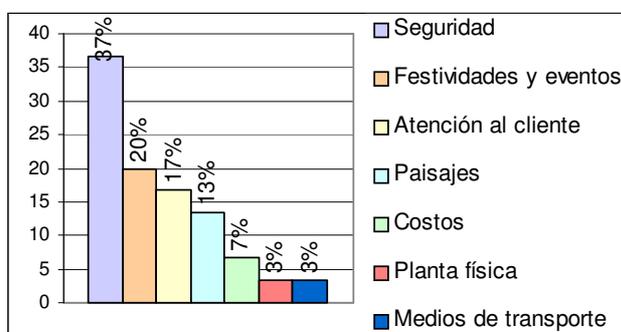
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Basados en la información, entre los expertos que se consideraron en el presente estudio, se cuenta con una gran proporción de profesionales y poco menos de especialistas quienes podrían ser potenciales creadores de proyectos en el ámbito turístico que pueda desarrollar progresivamente el turismo en el corredor Ipiales - Tumaco.

Tabla 51 Principal criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	11	37
Festividades y eventos	6	20
Atención al cliente	5	17
Paisajes	4	13
Costos	2	7
Planta física	1	3
Medios de transporte	1	3
TOTAL	30	100

Figura 51 Principal criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado



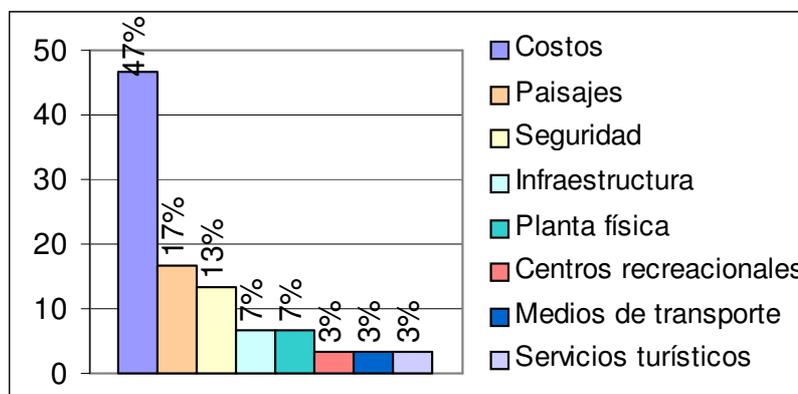
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En relación al criterio del turista al elegir un sitio determinado, la seguridad fue el principal factor debido a las condiciones en las que se encuentra el país y los riesgos que en los que se incurre el viajar a cualquier destino. Esta respuesta se constituye en una amenaza para la presente investigación puesto que el corredor tiene una gran influencia de grupos al margen de la ley, que impiden el libre flujo del turismo.

Tabla 52 Segundo criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costos	14	47
Paisajes	5	17
Seguridad	4	13
Infraestructura	2	7
Planta física	2	7
Centros recreacionales	1	3
Medios de transporte	1	3
Servicios turísticos	1	3
TOTAL	30	100

Figura 52 Segundo criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado



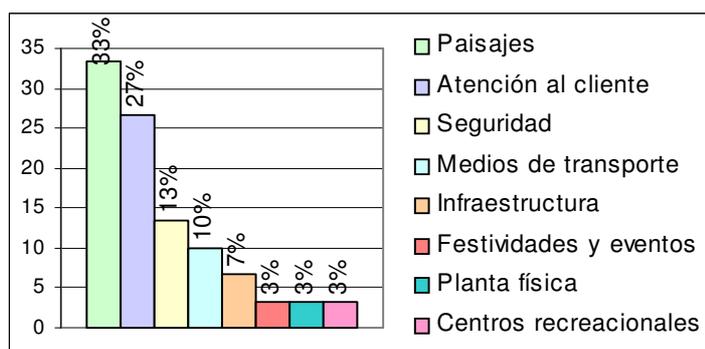
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El segundo criterio que el turista tiene en cuenta, es el costo que implica el viaje a un sitio determinado, puesto que en Colombia los que viajan al interior del país son personas de los estratos medios que cualquier decisión que se tome esta condicionada con su costo.

Tabla 53 Tercer criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paisajes	10	33
Atención al cliente	8	27
Seguridad	4	13
Medios de transporte	3	10
Infraestructura	2	7
Festividades y eventos	1	3
Planta física	1	3
Centros recreacionales	1	3
TOTAL	30	100

Figura 53 Tercer criterio que tiene en cuenta un turista a la hora de seleccionar un sitio determinado



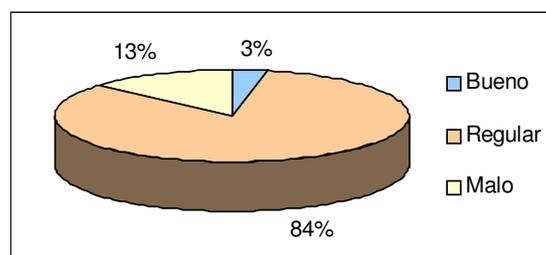
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Con proporciones similares los paisajes que ofrece un sitio y la atención de su gente, son factores que también se tienen presentes para elegir un destino turístico, lo cual representa una oportunidad para el corredor Ipiales – Tumaco el cual se caracteriza por ofrecer el primer factor nombrado, en el presente análisis.

Tabla 54 Evaluación de la atención al cliente en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	1	3
Regular	25	83
Malo	4	13
TOTAL	30	100

Figura 54 Evaluación de la atención al cliente en el departamento de Nariño



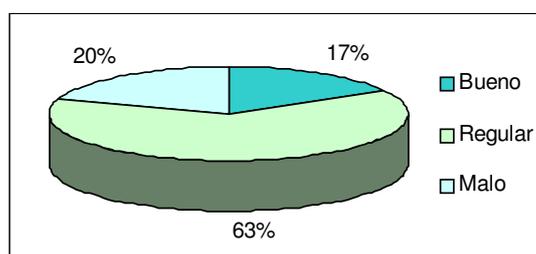
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La atención que se le presta al cliente en el departamento de Nariño, es considerada como regular con tendencias a mala, debido a la carencia de cultura turística y personalidad reprimida y desconfiada de los pastusos; es deber de las administraciones locales e instituciones educativas impartir talleres en los cuales se concientize acerca de la calidad en el servicio que se le debe dar a un turista y los beneficios que le trae a la región.

Tabla 55 Evaluación de la seguridad en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	5	17
Regular	19	63
Malo	6	20
TOTAL	30	100

Figura 55 Evaluación de la seguridad en el departamento de Nariño



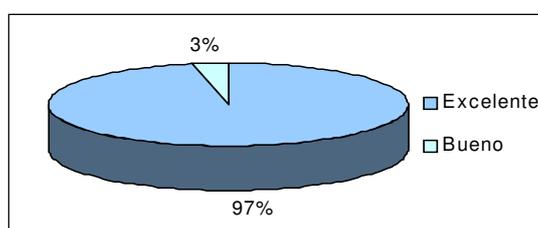
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Por lo general la seguridad es evaluada por los encuestados como regular debido a la existencia de grupos armados y delincuencia común que se encuentran asentados en este territorio.

Tabla 56 Evaluación de los paisajes del departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	29	97
Bueno	1	3
Regular	NA	0
Malo	NA	0
TOTAL	30	100

Figura 56 Evaluación de los paisajes del departamento de Nariño



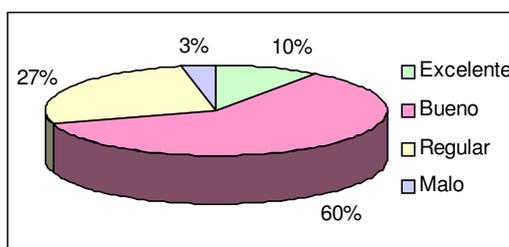
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Cerca de la totalidad de los encuestados coincidieron en afirmar que los paisajes del departamento son excelentes por su belleza exótica y variedad de atractivos naturales con que cuenta.

Tabla 57 Evaluación de las festividades y eventos en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	10
Bueno	18	60
Regular	8	27
Malo	1	3
TOTAL	30	100

Figura 57 Evaluación de las festividades y eventos en el departamento de Nariño



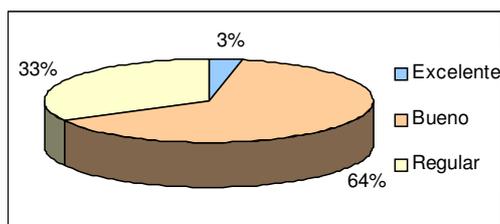
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Las festividades y eventos en el departamento son considerados como buenos por un 60%, lo cual indica que las diferentes actividades programadas en los distintos municipios son un gran potencial para el futuro desarrollo del turismo.

Tabla 58 Evaluación de los costos en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	3
Bueno	19	64
Regular	10	33
Malo	NA	0
TOTAL	30	100

Figura 58 Evaluación de los costos en el departamento de Nariño



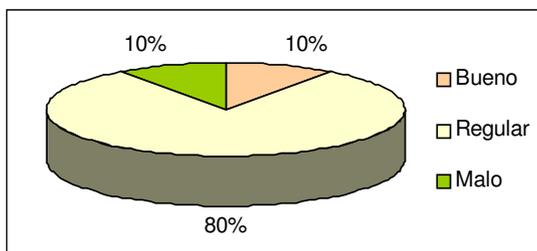
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Dos terceras partes de la población encuestada cataloga los costos en el departamento como buenos, indicando que Nariño puede ser competitivo en tal sentido, y atraer un buen número de turistas

Tabla 59 Evaluación de la infraestructura vial del departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	3	10
Regular	24	80
Malo	3	10
TOTAL	30	100

Figura 59 Evaluación de la infraestructura vial del departamento de Nariño



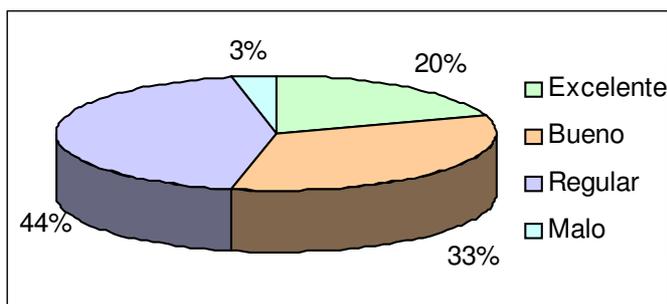
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La infraestructura vial es evaluada como mala debido al pésimo estado en el que se encuentran las carreteras en varios de los municipios, lo cual no incentiva el desplazamiento de los turistas por ellas.

Tabla 63 Evaluación de la agremiación de empresas relacionadas al turismo en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	6	20
Bueno	10	33
Regular	13	43
Malo	1	3
TOTAL	30	100

Figura 60 Evaluación de la agremiación de empresas relacionadas al turismo en el departamento de Nariño



Fuente: Esta investigación

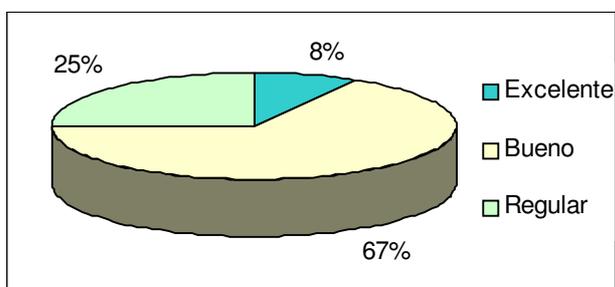
Análisis de la información: En Nariño la agremiación del turismo es evaluada como regular, ya que no existen gremios consolidados en las distintas ramas del

turismo; por ejemplo Cotelco cuenta con hoteles asociados únicamente en la ciudad de Pasto y uno en la ciudad de Ipiales.

Tabla 61 Evaluación de la planta física en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	7
Bueno	16	53
Regular	6	20
Malo	NA	0
TOTAL	24	80

Figura 61 Evaluación de la planta física en el departamento de Nariño



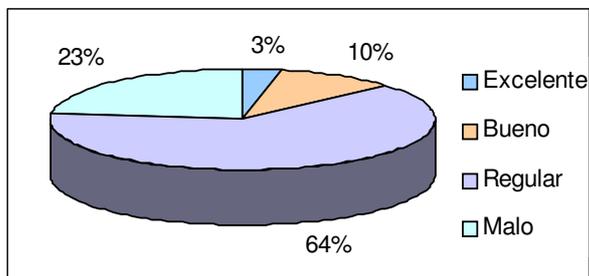
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Según los expertos la planta física con que cuenta el departamento es buena, lo cual es una respuesta curiosa al tener en cuenta que los encuestados son profesionales con altas exigencias sobre la prestación de un servicio, y la hipótesis tiende a ser lo contrario, evaluarla mal.

Tabla 62 Evaluación de los centros recreacionales del departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	3
Bueno	3	10
Regular	19	63
Malo	7	23
TOTAL	30	100

Figura 62 Evaluación de los centros recreacionales del departamento de Nariño



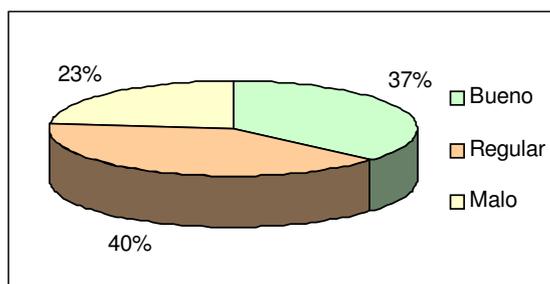
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Los centros recreacionales tienden a ser descritos como regulares, ya que Nariño no cuenta con un buen número de ellos y los que existen tienen una baja calidad y capacidad física.

Tabla 63 Evaluación de los medios de transporte en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	11	37
Regular	12	40
Malo	7	23
TOTAL	30	100

Figura 63 Evaluación de los medios de transporte en el departamento de Nariño



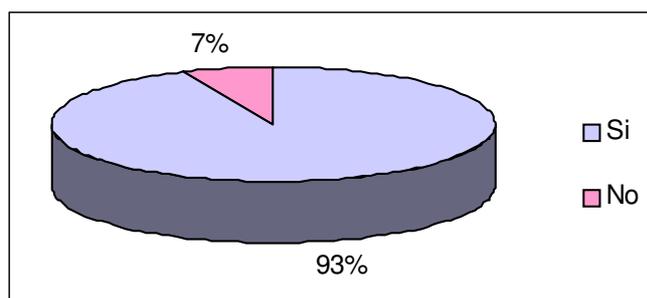
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Un 40% de los encuestados definen los medios de transporte como regulares debido a que existe un gran número de empresas que ofrecen el servicio pero no lo hacen en óptimas condiciones de calidad y confort.

Tabla 64 Conoce el municipio de Ipiales

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	93
No	2	7
TOTAL	30	100

Figura 64 Conoce el municipio de Ipiales



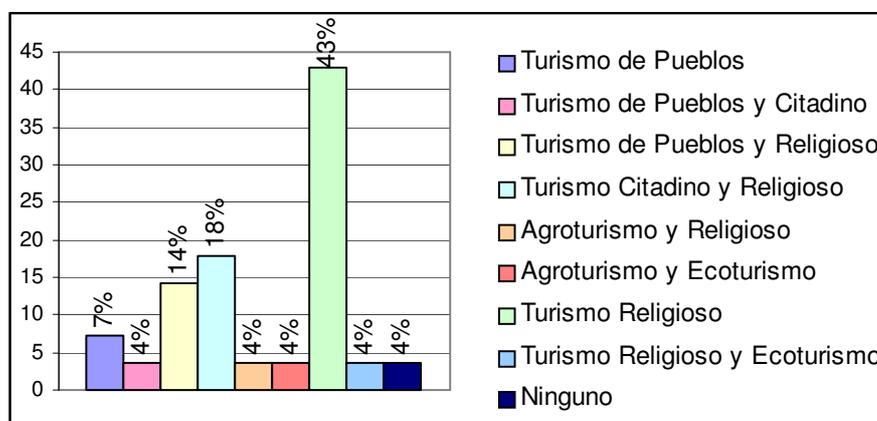
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El municipio de Ipiales es conocido por la mayoría de los expertos debido a que esta ciudad es paso obligatorio al desplazarse al vecino país del Ecuador.

Tabla 65 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ipiales

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	2	7
Turismo de Pueblos y Ciudadino	1	4
Turismo de Pueblos y Religioso	4	14
Turismo Ciudadino y Religioso	5	18
Agroturismo y Religioso	1	4
Agroturismo y Ecoturismo	1	4
Turismo Religioso	12	43
Turismo Religioso y Ecoturismo	1	4
Ninguno	1	4
TOTAL	28	100

Figura 65 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ipiales



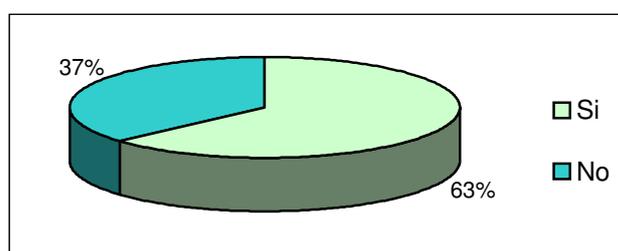
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El turismo religioso es el tipo de turismo que mas se nombró en las encuestas debido a que este municipio posee un gran monumento como lo es el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, siendo acompañado de un turismo ciudadano debido al comercio desarrollado que posee esta ciudad.

Tabla 66 Conoce el municipio de Aldana

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	63
No	11	37
TOTAL	30	100

Figura 66 Conoce el municipio de Aldana



Fuente: Esta investigación

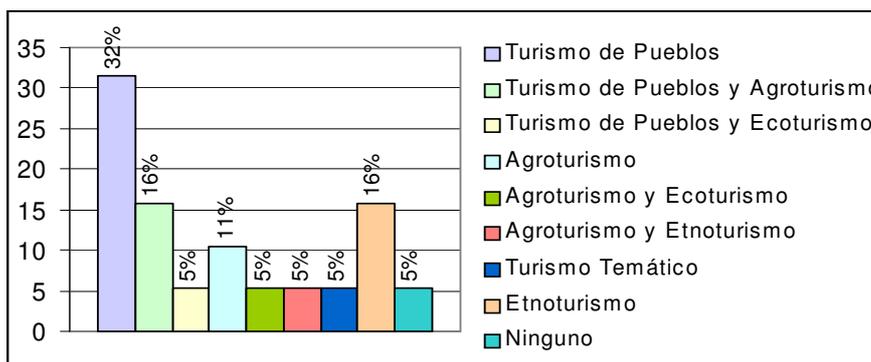
Análisis de la información: Cerca del 40% de los encuestados desconocen Aldana, demuestra que el municipio no se ha destacado en el departamento,

indicando el poco esfuerzo que ha hecho la administración municipal por dar a conocer los atractivos que posee su municipio.

Tabla 67 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Aldana

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	6	32
Turismo de Pueblos y Agroturismo	3	16
Turismo de Pueblos y Ecoturismo	1	5
Agroturismo	2	11
Agroturismo y Ecoturismo	1	5
Agroturismo y Enoturismo	1	5
Turismo Temático	1	5
Enoturismo	3	16
Ninguno	1	5
TOTAL	19	100

Figura 67 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Aldana



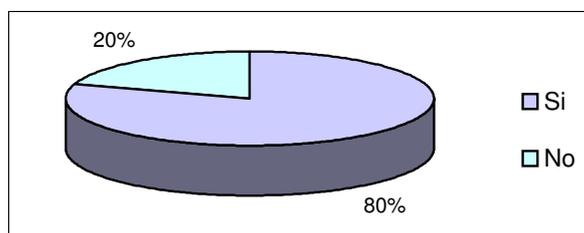
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Los expertos que conocen el Municipio de Aldana, opinan que el turismo que se puede explotar es el de Pueblos con un 53%, y con un 37% el agroturismo. Esto indica que el municipio tiene características de campo que pueden atraer a nichos que gustan de ello.

Tabla 68 Conoce el municipio de Guachucal

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	80
No	6	20
TOTAL	30	100

Figura 68 Conoce El Municipio De Guachucal



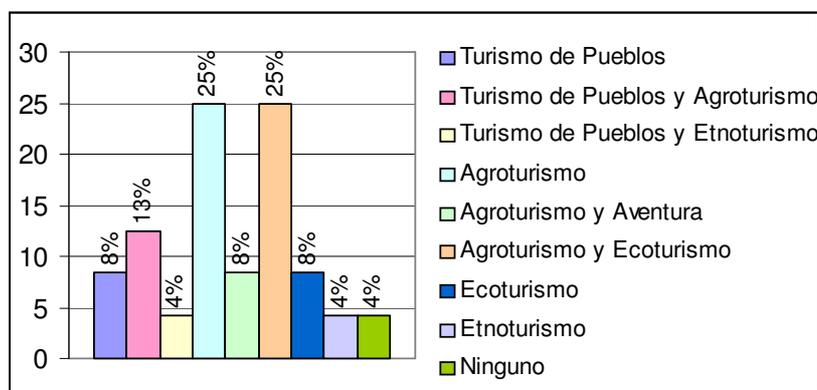
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La gran mayoría conoce el municipio de Guachucal, cuya cabecera municipal es destacada por su movimiento comercial y sus alrededores por su industria láctea.

Tabla 69 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Guachucal

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	2	8
Turismo de Pueblos y Agroturismo	3	13
Turismo de Pueblos y Etnoturismo	1	4
Agroturismo	6	25
Agroturismo y Aventura	2	8
Agroturismo y Ecoturismo	6	25
Ecoturismo	2	8
Etnoturismo	1	4
Ninguno	1	4
TOTAL	24	100

Figura 69 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Guachucal



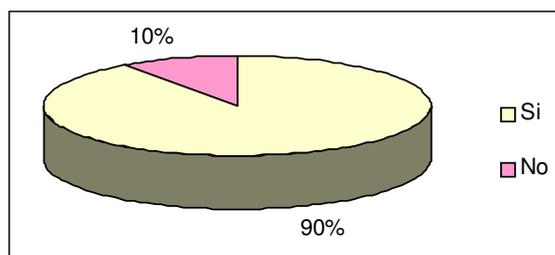
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Con un 71% el agroturismo es el tipo de turismo que mas se podría explotar en el municipio de Guachucal, ya que posee innumerables fincas lecheras que podrían dar cabida al turismo rural. Únicamente el 8% consideran que se puede aprovechar el turismo de aventura, ya que el municipio cuenta con el Cerro Colimba propio para practicar deportes como el parapente.

Tabla 70 Conoce el municipio de Cumbal

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	27	90
No	3	10
TOTAL	30	100

Figura 70 Conoce el municipio de Cumbal



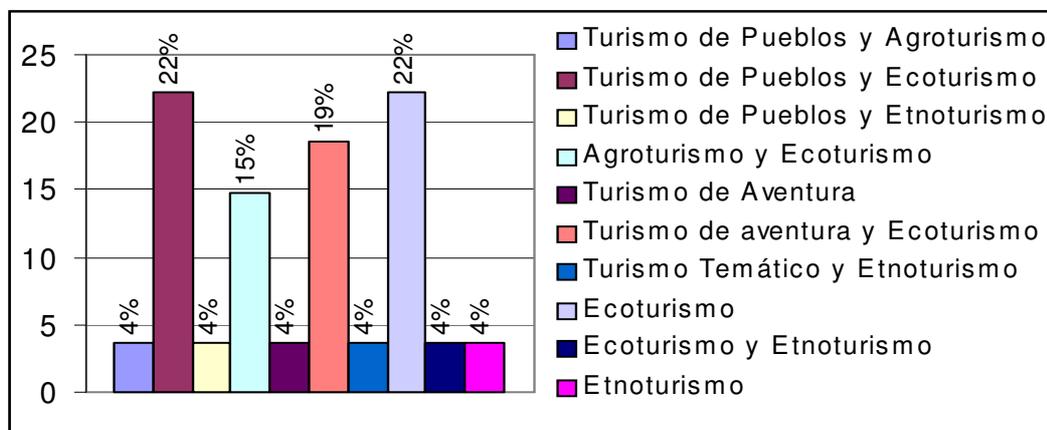
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El municipio de Cumbal es muy conocido debido a la cantidad de atractivos que lo caracterizan; lo cual se constituye en una ventaja para el presente estudio debido a su gran conocimiento.

Tabla 71 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Cumbal

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos y Agroturismo	1	4
Turismo de Pueblos y Ecoturismo	6	22
Turismo de Pueblos y Etnoturismo	1	4
Agroturismo y Ecoturismo	4	15
Turismo de Aventura	1	4
Turismo de aventura y Ecoturismo	5	19
Turismo Temático y Etnoturismo	1	4
Ecoturismo	6	22
Ecoturismo y Etnoturismo	1	4
Etnoturismo	1	4
TOTAL	27	100

Figura 71 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Cumbal



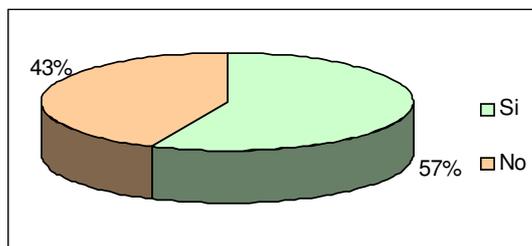
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Con un 82% el Ecoturismo es el tipo de turismo que se destaca en el municipio de Cumbal debido a la gran cantidad de recursos naturales con que cuenta.

Tabla 72 Conoce el municipio de Sapuyes

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	57
No	13	43
TOTAL	30	100

Figura 72 Conoce el municipio de Sapuyes



Fuente: Esta investigación

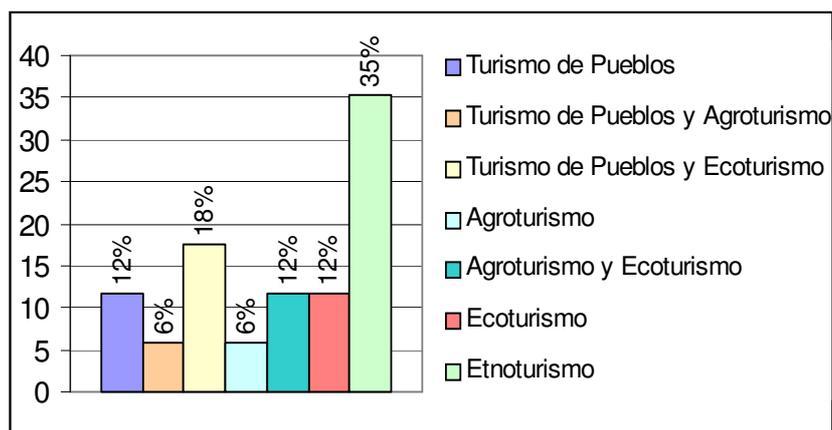
Análisis de la información: Únicamente el 57% de los encuestados conoce el municipio de Sapuyes, ya que no ha tenido mayor reconocimiento en el

departamento por ser un municipio pequeño y por no tener gran representatividad en eventos regionales.

Tabla 73 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Sapuyes

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	2	12
Turismo de Pueblos y Agroturismo	1	6
Turismo de Pueblos y Ecoturismo	3	18
Agroturismo	1	6
Agroturismo y Ecoturismo	2	12
Ecoturismo	2	12
Etnoturismo	6	35
TOTAL	17	100

Figura 73 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Sapuyes



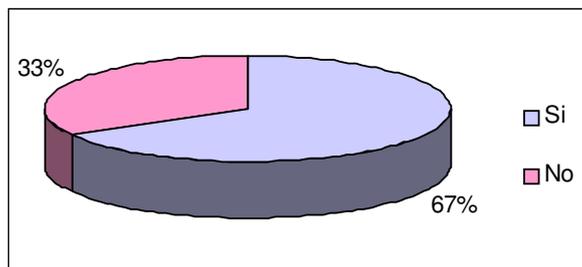
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: En Sapuyes el etnoturismo puede ser explotado según los expertos debido a la gran cantidad de cultura indígena que se puede encontrar en este municipio, como los petroglifos “Piedra de los Monos” y “Piedra de Cara”.

Tabla 74 Conoce el municipio de Mallama

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	67
No	10	33
TOTAL	30	100

Figura 74 Conoce el municipio de Mallama



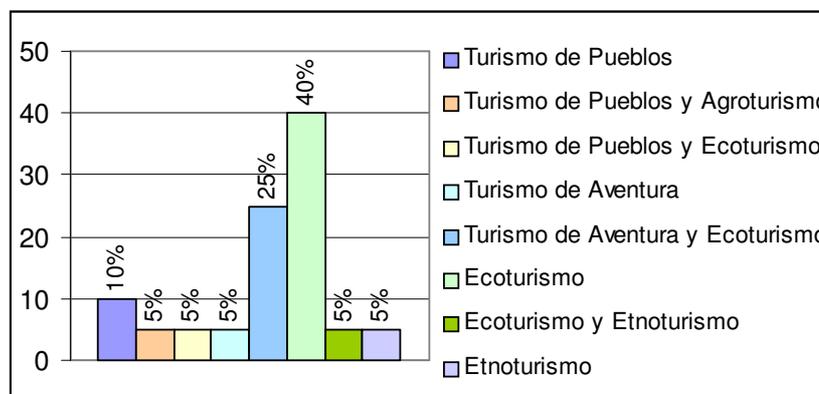
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Una gran parte de los encuestados desconocen el municipio de Mallama porque tiene mayor reconocimiento su cabecera municipal Piedrancha y tienden a confundirlo.

Tabla 75 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Mallama

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	2	10
Turismo de Pueblos y Agroturismo	1	5
Turismo de Pueblos y Ecoturismo	1	5
Turismo de Aventura	1	5
Turismo de Aventura y Ecoturismo	5	25
Ecoturismo	8	40
Ecoturismo y Etnoturismo	1	5
Etnoturismo	1	5
TOTAL	20	100

Figura 75 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Mallama



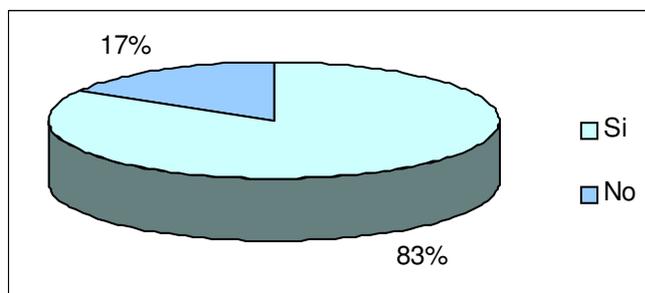
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El Ecoturismo puede ser explotado en el municipio debido a la gran cantidad de atractivos naturales con los que cuenta esta zona.

Tabla 76 Conoce el municipio de Ricaurte

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	83
No	5	17
TOTAL	30	100

Figura 76 Conoce el municipio de Ricaurte



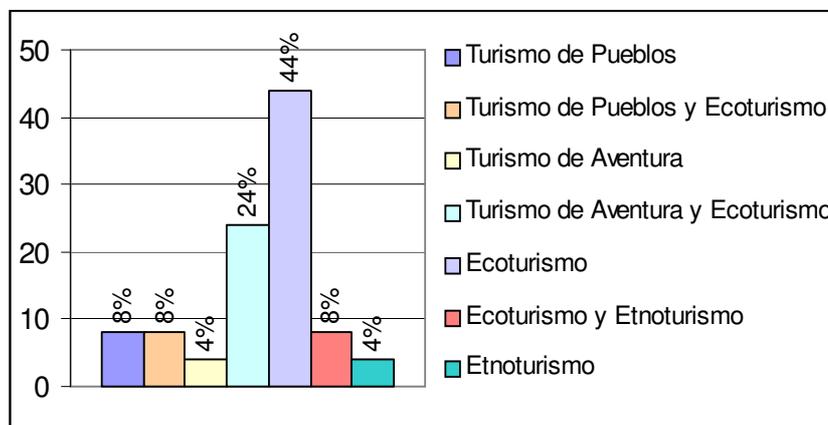
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Muchos de los encuestados conocen Ricaurte porque este municipio veraniego es propietario de una reserva muy importante del departamento de Nariño como lo es La Reserva de la Planada.

Tabla 77 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ricaurte

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	2	8
Turismo de Pueblos y Ecoturismo	2	8
Turismo de Aventura	1	4
Turismo de Aventura y Ecoturismo	6	24
Ecoturismo	11	44
Ecoturismo y Enoturismo	2	8
Enoturismo	1	4
TOTAL	25	100

Figura 77 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Ricaurte



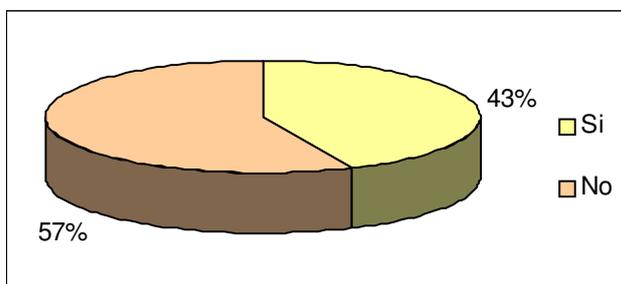
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Poco más del 80% considera que las características del municipio ofrecen la oportunidad de explotar un ecoturismo, debido a que Ricaurte ofrece gran cantidad de bosque húmedo con innumerables especies nativas.

Tabla 78 Conoce el municipio de Barbacoas

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	43
No	17	57
TOTAL	30	100

Figura 78 Conoce el municipio de Barbacoas



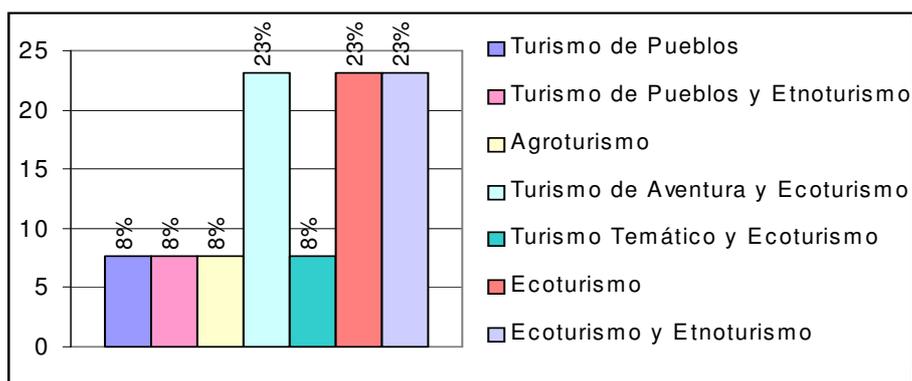
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Una gran proporción de los encuestados no han visitado Barbacoas, debido a sus difíciles condiciones de acceso y seguridad.

Tabla 79 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Barbacoas

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Pueblos	1	8
Turismo de Pueblos y Enoturismo	1	8
Agroturismo	1	8
Turismo de Aventura y Ecoturismo	3	23
Turismo Temático y Ecoturismo	1	8
Ecoturismo	3	23
Ecoturismo y Enoturismo	3	23
TOTAL	13	100

Figura 79 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Barbacoas



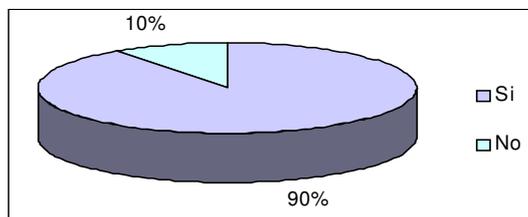
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Debido a sus condiciones climatológicas y geográficas este municipio es apto para el Ecoturismo.

Tabla 80 Conoce el municipio de Tumaco

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	27	90
No	3	10
TOTAL	30	100

Figura 80 Conoce el municipio de Tumaco



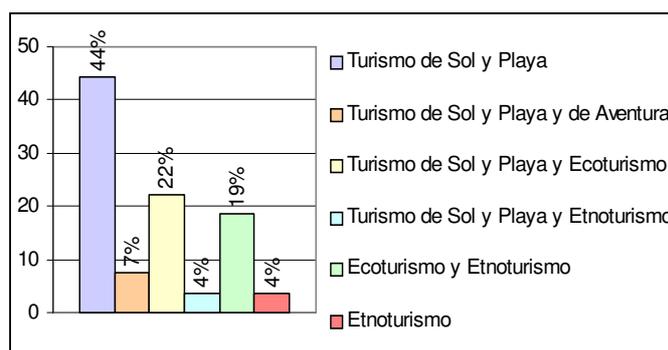
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Solo un 10% de la población encuestada no conocen Tumaco gracias a que tienen otros lugares vacacionales y porque temen arriesgarse al escuchar sus condiciones de inseguridad vial.

Tabla 81 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Tumaco

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Sol y Playa	12	44
Turismo de Sol y Playa y de Aventura	2	7
Turismo de Sol y Playa y Ecoturismo	6	22
Turismo de Sol y Playa y Etnoturismo	1	4
Ecoturismo y Etnoturismo	5	19
Etnoturismo	1	4
TOTAL	27	100

Figura 81 Tipos de turismo que se pueden explotar en el municipio de Tumaco



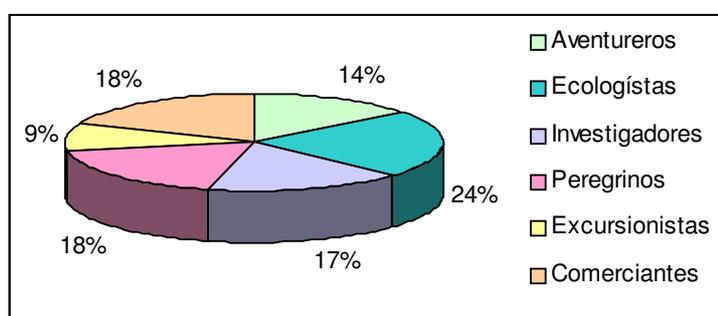
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El turismo de Sol y Playa de naturaleza es nombrado por la mayoría de los encuestados por la cantidad de playas que ofrece el municipio, y por ser el único con estas condiciones naturales en Nariño.

Tabla 82 Nichos que eligen el corredor Ipiales – Tumaco

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Aventureros	17	4	14
Ecologistas	27	7	23
Investigadores	20	5	17
Peregrinos	22	6	18
Excursionistas	11	3	9
Comerciantes	22	6	18
TOTAL	119	30	100

Figura 82 Nichos Que Eligen El Corredor Ipiales – Tumaco



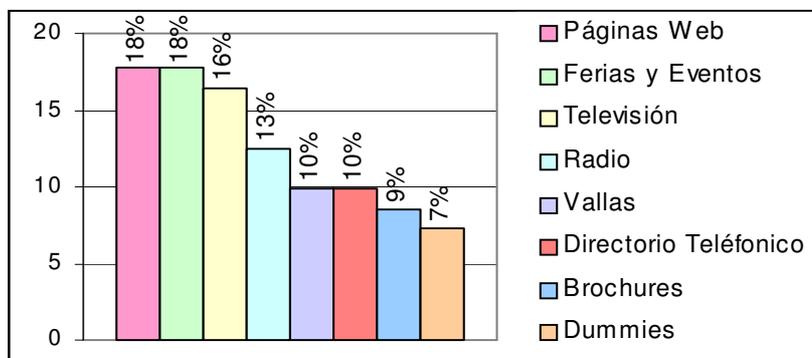
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Los ecologistas y los peregrinos son los grupos de personas que más visitan el corredor, ya que cuenta con muchísimos atractivos naturales y porque a él pertenece el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas con gran reconocimiento Nacional e Internacional.

Tabla 83 Medios que se pueden utilizar para promocionar los atractivos turísticos del corredor Ipiales – Tumaco

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
Páginas Web	27	5	18
Ferias y Eventos	27	5	18
Televisión	25	5	16
Radio	19	4	13
Vallas	15	3	10
Directorio Telefónico	15	3	10
Brochures	13	3	9
Dummies	11	2	7
TOTAL	152	30	100

Figura 83 Medios que se pueden utilizar para promocionar los atractivos turísticos del corredor Ipiales – Tumaco



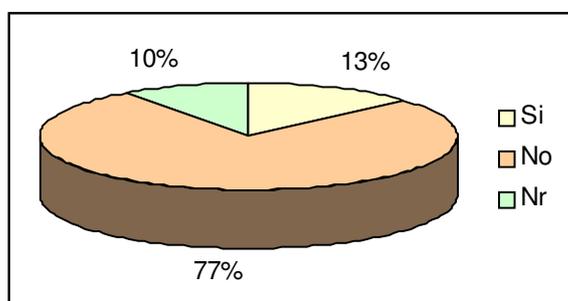
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: Tanto las páginas Web como las distintas ferias y eventos serían los espacios en los cuales debería promocionarse el corredor, ya que en ellos se puede llegar más fácilmente a los nichos correspondientes y tienen mayor proyección internacional.

Tabla 84 Asociatividad entre las empresas relacionadas con el sector turístico en el departamento de Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	13
No	23	77
Nr	3	10
TOTAL	30	100

Figura 84 Asociatividad entre las empresas relacionadas con el sector turístico en el departamento de Nariño



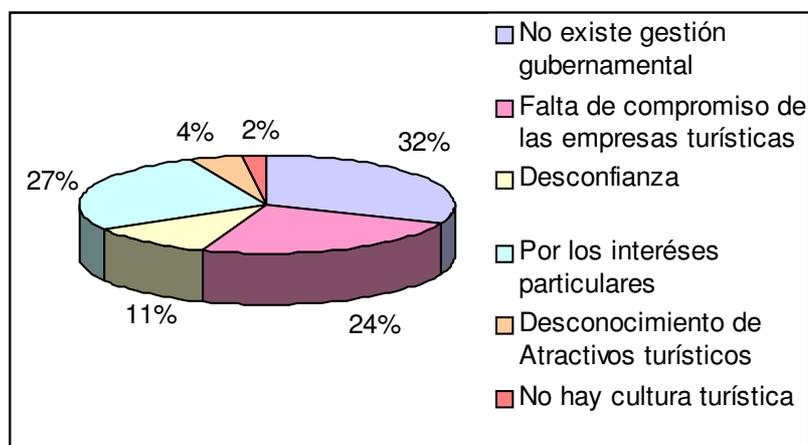
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El 77% de los encuestados consideran que las empresas relacionadas con el turismo en el departamento de Nariño se caracterizan por no asociarse; indicando el concepto que reflejan tales empresas para los expertos.

Tabla 85 Razones por las cuales las empresas relacionadas con el turismo no se asocian

CRITERIO	FRECUENCIA	CONVERSIÓN	PORCENTAJE
No existe gestión gubernamental	14	7	31
Falta de compromiso de las empresas turísticas	11	6	24
Desconfianza	5	3	11
Por los intereses particulares	12	6	27
Desconocimiento de Atractivos turísticos	2	1	4
No hay cultura turística	1	1	2
TOTAL	45	23	100

Figura 85 Razones por las cuales las empresas relacionadas con el turismo no se asocian



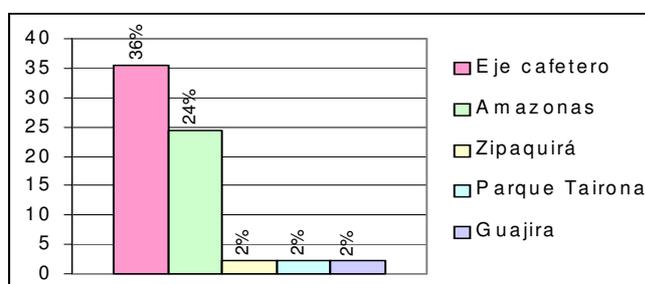
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La razón por la cual las empresas turísticas no se asocian entre sí es porque no ha existido una gestión directa de los entes gubernamentales para incentivarlas y capacitarlas.

Tabla 86 Principal región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Eje cafetero	16	36
Amazonas	11	24
Zipaquirá	1	2
Parque Tairona	1	2
Guajira	1	2
TOTAL	30	67

Figura 86 Principal región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza



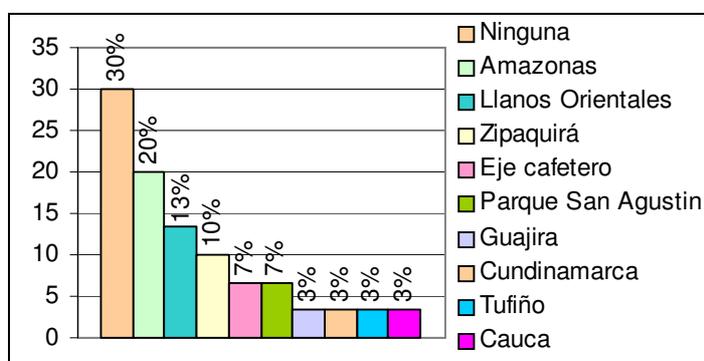
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El Eje Cafetero es la principal región competidora para el turismo de naturaleza en Nariño, ya que la gestión que se ha venido haciendo desde hace varios años, ha provocado un auge del sector en la región, y se ha convertido en una fuerte opción vacacional para los colombianos.

Tabla 87 Segunda región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	9	30
Amazonas	6	20
Llanos Orientales	4	13
Zipaquirá	3	10
Eje cafetero	2	7
Parque San Agustin	2	7
Guajira	1	3
Cundinamarca	1	3
Tufiño	1	3
Cauca	1	3
TOTAL	30	100

Figura 87 Segunda región competidora para Nariño en cuanto al turismo de naturaleza



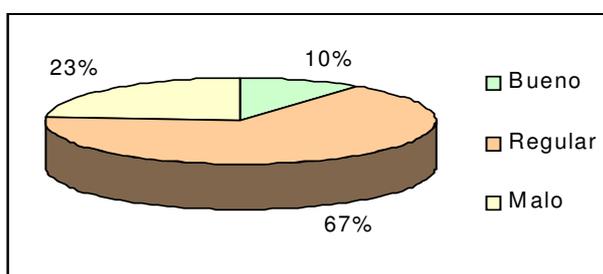
Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: El Amazonas es la segunda región competidora para Nariño, debido a que posee una gran cantidad de recursos naturales los cuales explotar y debido al reconocimiento global que posee el “pulmón del mundo”.

Tabla 88 Evaluación de la organización turística en Nariño

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	NA	0
Bueno	3	10
Regular	20	67
Malo	7	23
TOTAL	30	100

Figura 88 Evaluación de la organización turística en Nariño



Fuente: Esta investigación

Análisis de la información: La organización turística es regular tendiendo a mala en el departamento de Nariño, ya que los entes promotores con los que cuenta no

han hecho grandes logros en tal sentido, reflejándose en la baja participación de ingresos por este concepto a la economía regional.

2.2.1.4 Análisis competitivo De acuerdo al Plan Estratégico del Turismo en Nariño y al Diplomado de Gerencia en Marketing Turístico realizado en convenio entre la Agencia de Desarrollo Local de Nariño y el SENA seccional Nariño, se ha considerado nueve variables comparadas entre el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero. Se ha escogido al eje cafetero para realizar el análisis competitivo por la similitud en los tipos de turismo que se pueden ofrecer, como son: Turismo rural, Turismo de aventura y Agroturismo. Además del alto porcentaje de expertos en marketing turístico que consideran según la encuesta realizada, que el eje cafetero es la principal región competidora para el turismo de naturaleza en Nariño. Las variables consideradas para el presente análisis son: materia prima, infraestructura, planta física, superestructura turística, promoción, seguridad, asociatividad, formación en turismo e inversión.

Variable materia prima: Recursos o elementos necesarios para que exista el turismo.

Elementos:

- Sitios naturales
- Bienes culturales
- Acontecimientos programados
- Realizaciones contemporáneas

Estado de los elementos de la materia prima en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
▪ Buen estado de conservación de los sitios naturales.	▪ Regular estado de conservación de los sitios naturales.
▪ Variedad de sitios naturales con diferentes características (clima, paisaje).	▪ Singularidad de sitios naturales (clima, paisaje).
▪ Riqueza en cuanto a biodiversidad.	▪ Poca biodiversidad.
▪ Variedad de culturas indígenas.	▪ Carencia de culturas indígenas.
▪ Bajo nivel de representatividad artística (música, danza, teatro.)	▪ Adecuado nivel de representatividad artística (música, danza, teatro.)

▪ Carencia en representatividad de acontecimientos programados.	▪ Excelente representatividad de acontecimientos programados.
▪ Carnavales de Blancos y Negros reconocidos a nivel nacional.	▪ Reinado Internacional del Café con reconocimiento nacional e internacional.
▪ Existe un número reducido de realizaciones contemporáneas.	▪ Excelentes realizaciones contemporáneas (Parque del café).
▪ Descuido y deterioro de algunas realizaciones contemporáneas.	▪ Buen estado de conservación de las realizaciones contemporáneas.
▪ No posee parques temáticos.	▪ Posee parques temáticos.

Variable infraestructura: Conjunto de bienes construidos y servicios derivados que permiten cubrir las necesidades.

Elementos:

- Vías
- Aeropuertos
- Comunicaciones e información
- Medios de transporte
- Terminales de transporte
- Señalización
- Servicios públicos
- Servicios hoteleros y de restaurantes

Estado de los elementos de la infraestructura en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
▪ El corredor cuenta con vías de acceso terrestres, marítimas y aéreas.	▪ Carencia de vías de acceso marítimas.
▪ Regular estado de las vías terrestres.	▪ Excelente estado de las vías terrestres.
▪ Inadecuado mantenimiento vial.	▪ Adecuado mantenimiento vial.
▪ Baja capacidad aeroportuaria (Ipiales, Tumaco).	▪ Baja capacidad aeroportuaria (Pereira).

▪ Adecuados equipos de comunicación.	▪ Adecuados equipos de comunicación.
▪ Carencia de puntos de información turística.	▪ Adecuados puntos de información turística.
▪ Regulares condiciones de los medios de transporte.	▪ Buenas condiciones de los medios de transporte.
▪ Baja capacidad de los terminales de transporte.	▪ Buena capacidad de los terminales de transporte.
▪ Inadecuada señalización en carreteras y puerto.	▪ Adecuada señalización en carreteras.
▪ Carencia de saneamiento básico (Alcantarillado, acueducto y manejo de residuos sólidos y aguas negras).	▪ Adecuado saneamiento básico.
▪ Inadecuado servicio de hospedaje y alimentación.	Adecuados servicio de hospedaje y alimentación.

Variable planta turística: Estructuras construidas para brindar servicios esenciales a los turistas.

Elementos:

- Planta física hotelera
- Planta física de restaurantes
- Centros recreacionales

Estado de los elementos de la planta turística en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
▪ Regular planta física hotelera.	▪ Regular planta física hotelera.
▪ Carencia de seguridad industrial en hoteles.	▪ Carencia de seguridad industrial en hoteles.
▪ Carencia de fami-hoteles.	▪ Utilización de fami-hoteles.
▪ Carencia de fincas utilizadas para la actividad turística.	▪ Utilización de fincas en la actividad turística.
▪ Regular planta física de restaurantes.	▪ Regular planta física de restaurantes.

▪ Carencia de seguridad industrial en restaurantes.	▪ Carencia de seguridad industrial en restaurantes.
▪ Carencia de centros recreacionales.	▪ Adecuados centros recreacionales (parques temáticos).

Variable superestructura turística: Organizaciones institucionales de una región o país encargadas del sector turístico o que se relacionan con él.

Elementos:

- Organizaciones promotoras de turismo
- Gremios
- Administraciones locales
- Universidades

Estado de los elementos de la superestructura turística en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
▪ Existencia de un buen número de entidades promotoras de turismo.	▪ Existencia de un buen número de entidades promotoras de turismo.
▪ Deficiencia organizacional de las entidades promotoras de turismo.	▪ Eficiencia organizacional de las entidades promotoras de turismo.
▪ Inexistencia de gremios.	▪ Existencia de algunos gremios.
▪ Poco apoyo gubernamental al sector turístico.	▪ Suficiente apoyo gubernamental al sector turístico.
▪ Carencia de proyectos en los planes de desarrollo que contribuyan con el sector turístico.	▪ Existencia de proyectos en los planes de desarrollo que contribuyan con el sector turístico.
▪ Insuficiencia de investigaciones realizadas por las universidades para mejorar los productos y servicios que se ofrecen a los turistas.	▪ Suficiencia de investigaciones realizadas por las universidades para mejorar los productos y servicios que se ofrecen a los turistas.

Variable Promoción: Promover la oferta de recursos naturales, culturales, arquitectónicos y artesanales de la región.

Elementos:

- Medios de Comunicación
- Propaganda
- Tecnología
- Instrumentos publicitarios

Estado de los elementos de la promoción en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
▪ Utilización de medios de comunicación que convocan a nivel regional.	▪ Utilización de medios de comunicación que convocan a nivel nacional e internacional.
▪ Propaganda negativa de los municipios del corredor.	▪ Propaganda positiva de los municipios del eje cafetero.
▪ Carencia de paginas web para la promoción.	▪ Utilización de páginas web para la promoción.
▪ Utilización de instrumentos publicitarios poco llamativos.	▪ Utilización de instrumentos publicitarios llamativos.

Variable seguridad: Garantizar medidas de protección que permitan al turista percibir un ambiente de confianza y tranquilidad.

Elementos:

- Tranquilidad
- Fuerza Pública
- Información
- Equipamiento

Estado de los elementos de la seguridad en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
▪ Gran cantidad de grupos al margen de la ley.	▪ Carencia de grupos al margen de la ley.

▪ Insuficiente fuerza pública en los municipios.	▪ Insuficiente fuerza pública en los municipios.
▪ Escaso apoyo de las caravanas Vive Colombia Viaja por Ella.	▪ Gran apoyo de las Caravanas Vive Colombia Viaja por Ella.
▪ Carencia de centros de información acerca de precauciones y recomendaciones.	▪ Existencia de algunos centros de información acerca de precauciones y recomendaciones.
▪ Carencia de equipamiento.	▪ Adecuado equipamiento.

Variable asociatividad: Unión o alianza de actores, propósitos y recursos, para desarrollar un trabajo interdependiente y alcanzar un fin común.

Elementos:

- Cooperación
- Planificación
- Interés colectivo

Estado de los elementos de la asociatividad en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES - TUMACO	EJE CAFETERO
▪ Regular asociatividad de las empresas relacionadas con el turismo.	▪ Adecuada asociatividad de las empresas relacionadas con el turismo.
▪ Carencia de cadenas productivas.	▪ Regular formación de cadenas productivas.
▪ Inadecuada concertación entre los actores.	▪ Adecuada concertación de los actores.
▪ Cultura de desconfianza.	▪ Cultura de confianza.
▪ Bajo nivel de interés colectivo y cooperativismo.	▪ Regular nivel de interés colectivo y cooperativismo.

Variable formación en turismo: Aprendizaje de conocimientos, habilidades y destrezas, incorporando en el proceso educativo aspectos teóricos y prácticos.

Elementos:

- Instituciones educativas
- Entidades encargadas de la capacitación
- Universidades

Estado de los elementos de la formación en turismo en el corredor Ipiiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES - TUMACO	EJE CAFETERO
<ul style="list-style-type: none">▪ Las instituciones educativas de los municipios no capacitan a los estudiantes sobre la importancia de la actividad turística del municipio.	<ul style="list-style-type: none">▪ Las instituciones educativas de los municipios capacitan a los estudiantes sobre la importancia de la actividad turística del municipio.
<ul style="list-style-type: none">▪ El Sena no ha ejecutado un programa de capacitación en el campo turístico.▪ La Adel actualmente esta realizando capacitaciones a los entes y empresas relacionadas con el sector turístico.	<ul style="list-style-type: none">▪ Las corporaciones regionales capacitan en cuanto a calidad turística.
<ul style="list-style-type: none">▪ No existen programas relacionados con el turismo en las universidades del departamento de Nariño.	<ul style="list-style-type: none">▪ Existen algunos programas en las universidades, relacionadas con el turismo.

Variable inversión: Recursos privados y/o públicos destinados a promover y desarrollar el turismo.

Elementos:

- Capital Privado
- Capital oficial
- Créditos
- Cooperación internacional
- Convenios
- Proyectos
- Incentivos Tributarios, Financieros y Fiscales

Estado de los elementos de la inversión en el corredor Ipiales – Tumaco y el eje cafetero

CORREDOR IPIALES-TUMACO	EJE CAFETERO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasa inversión del sector privado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considerable inversión del sector privado.
Poca inversión del sector oficial.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considerable inversión sector oficial.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasez de créditos debido a altos intereses y al temor de solicitarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza en el sector financiero para solicitud de créditos.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inversión extranjera no representativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inversión extranjera representativa.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interés por organizaciones internacionales de incentivar proyectos eco turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interés por organizaciones internacionales de incentivar proyectos eco turísticos.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasez de convenios multisectoriales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de algunos convenios multisectoriales.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insuficientes proyectos del sector turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buen número de proyectos de turismo.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carencia de incentivos tributarios, financieros y fiscales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carencia de incentivos tributarios, financieros y fiscales.

Matriz 4 Matriz del análisis competitivo: Luego de analizar cada una de las variables y sus respectivos elementos, se procedió a evaluar tanto en el Corredor Turístico IpiALES – Tumaco, así como en el Eje Cafetero, de la siguiente manera:

VARIABLES CLAVES PARA COMPETIR	PONDE- RACION	CORREDOR IPIALES-TUMACO		EJE CAFETERO	
		CALIF.	RESUL. POND.	CALIF.	RESUL. POND.
1. MATERIA PRIMA					
Sitios naturales	0,060	4	0,24	2	0,12
Bienes culturales	0,050	3	0,15	3	0,15
Acontecimientos programados	0,020	3	0,06	4	0,08
Realizaciones contemporáneas	0,020	1	0,02	3	0,06
TOTAL	0,150		0,47		0,41
2. INFRAESTRUCTURA					
Vías	0,020	2	0,04	4	0,08
Aeropuertos.	0,008	2	0,02	2	0,02
Comunicaciones e información.	0,010	3	0,03	3	0,03
Medios de transporte.	0,030	2	0,06	3	0,09
Terminales de transporte.	0,008	2	0,02	3	0,02
Señalización.	0,007	1	0,01	4	0,03
Servicios públicos.	0,017	1	0,02	3	0,05
Servicios hoteleros y de restaurantes.	0,020	2	0,04	4	0,08
TOTAL	0,120		0,23		0,40
3.PLANTA TURÍSTICA					
Planta física hotelera.	0,040	2	0,08	3	0,12
Planta física de restaurantes.	0,040	2	0,08	2	0,08
Centros recreacionales.	0,020	1	0,02	4	0,08
TOTAL	0,100		0,18		0,28
4. SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA					
Organizaciones promotoras de turismo.	0,032	1	0,03	3	0,10
Gremios.	0,022	1	0,02	2	0,04
Administraciones Locales	0,026	1	0,03	3	0,08
Universidades.	0,020	1	0,02	2	0,04
TOTAL	0,100		0,10		0,26
5. PROMOCIÓN					
Medios de comunicación.	0,030	2	0,06	3	0,09
Propaganda.	0,028	1	0,03	3	0,08
Tecnología	0,015	1	0,02	2	0,03
Instrumentos publicitarios.	0,017	2	0,03	3	0,05
TOTAL	0,090		0,14		0,26

VARIABLES CLAVES PARA COMPETIR	PONDE- RACION	CORREDOR IPIALES-TUMACO		EJE CAFETERO	
		CALIF.	RESUL. POND.	CALIF.	RESUL. POND.
6. SEGURIDAD					
Tranquilidad.	0,065	1	0,07	2	0,13
Fuerza Pública.	0,055	2	0,11	2	0,11
Información.	0,040	1	0,04	2	0,08
Equipamiento.	0,040	2	0,08	3	0,12
TOTAL	0,200		0,30		0,44
7. ASOCIATIVIDAD					
Organización	0,030	2	0,06	3	0,09
Planificación	0,020	1	0,02	3	0,06
Interés colectivo	0,030	2	0,06	3	0,09
Cooperación	0,010	2	0,02	3	0,03
TOTAL	0,090		0,16		0,27
8. FORMACIÓN EN TURISMO					
Instituciones educativas.	0,020	1	0,02	2	0,04
Entidades encargadas de capacit.	0,040	2	0,08	3	0,12
Universidades.	0,020	1	0,02	2	0,04
TOTAL	0,080		0,12		0,20
9. INVERSIÓN					
Capital Privado	0,010	1	0,01	3	0,03
Capital oficial	0,010	2	0,02	4	0,04
Créditos	0,005	1	0,01	2	0,01
Cooperación Internacional	0,009	2	0,02	2	0,02
Convenios	0,008	1	0,01	2	0,02
Proyectos	0,020	1	0,02	3	0,06
Incen. Tributarios, Financieros, Fisc.	0,008	1	0,01	1	0,01
TOTAL	0,070		0,09		0,18
TOTALES	1		1,78		2,69

De acuerdo a la presente matriz, el Corredor Turístico Ipiales – Tumaco es evaluado por debajo de la media, contrario al Eje Cafetero; indicando que el Corredor objeto de estudio presenta falencias en muchos de los elementos que componen las variables necesarias para competir en el mercado turístico.

2.2.1.5 Factores del entorno del corredor Ipiales – Tumaco

Factor económico: La tasa de interés es favorable ya que su tendencia es a la baja lo que representa un beneficio para la inversión en proyectos turísticos en la

zona objeto de estudio. El desempleo es una variable que incide en la economía regional de acuerdo a la temporada, puesto que ante un incremento en la actividad turística se estimula el subempleo y el empleo formal, un ejemplo es la contratación de meseros en los restaurantes de las zonas. La participación del sector turístico en el PIB regional según el Cedre y Planeación Departamental, es desconocida a ciencia cierta ya que se tienen datos aislados del sector hotelero y del comercio.

Factor demográfico: Este factor es analizado mediante la revisión de variables como índices de migración y morbilidad; así como las características del nariñense; de manera que se pueda hacer una revisión del entorno demográfico que le compete al corredor. Los índices de migración y morbilidad tienden a ser negativos en las zonas de influencia del piedemonte costero, en los cuales por la insurgencia guerrillera y paramilitar, la comunidad debe enfrentar problemas de inseguridad y salud física y mental; presentándose en algunas épocas el fenómeno del desplazamiento. En relación a la población nariñense se puede hacer referencia al comportamiento característico del Pastuso, el cual tiende a ser conservador en su pensamiento y actos, determinados por el riesgo mínimo. Esta connotación del pastuso lleva a pensar que puede ser reacio a los cambios que exige el turismo, pero es adecuado en la medida que va a tratar al turista con respeto y honradez.

Factor socio-cultural: La existencia de grupos al margen de la ley y la cultura turística, son variables que afectan el adecuado funcionamiento del turismo en esta zona. En cuanto al primer factor, la solución puede ser vista desde una resistencia generalizada de la comunidad, mediante manifestaciones públicas y de la búsqueda de unos acuerdos con estos grupos a cargo del gobierno nacional; la cultura turística debe ser buscada en todo el departamento, mediante la inserción de instituciones educativas comprometidas con el sector, el cual provea a la comunidad de herramientas que le ayuden a sacar un provecho al mismo. El nivel de educación en la región es adecuada aunque no posee especialización en el ramo turístico. La alienación cultural a la que se enfrentan las sociedades puede ser frenada desde la óptica turística responsable, que promueva un etnoturismo puro, es decir con sus usos y costumbres.

Factor Tecnológico: La tecnología que afecta al corredor es encaminada al fortalecimiento de las telecomunicaciones para el préstamo de un servicio de calidad. La invención en software en áreas como la contabilidad pueden mejorar y acelerar procesos en cada una de las empresas turísticas generadas en la región; así también la oportunidad que brinda la Internet mediante la información suministrada desde distintos servidores mundiales y la creación de páginas Web, le puede proveer al corredor un espacio de interacción global y promoción de su

portafolio turístico. En cuanto a la entrevista realizada a Cotelco, se manifestó que sus hoteles aliados cuentan con una sistematización administrativa, sin embargo cabe destacar que únicamente un hotel del corredor pertenece a tal gremio.

Factor competitivo: El reconocimiento generalizado de las ventajas del turismo, se constituye en una amenaza para el corredor, desde la óptica de los visionarios que están creando productos turísticos a lo largo del mundo. Es menester del corredor el cual debe fortalecerse mediante la asociatividad y creación de cadenas productivas lo cual le permita enfrentarse ante las nuevas estrategias del competidor y las exigencias del mercado nacional e internacional. De acuerdo a agencias de viajes y expertos, en su perspectiva de comercializadores y demandantes del turismo, respectivamente, los costos para el turista en el corredor, son competitivos al ser bajos. Con respecto a los atractivos de la región estos son evaluados como excelentes por los entes anteriormente mencionados y por entidades ambientales y promotoras de turismo, lo cual se constituye en una oportunidad para el corredor puesto que son potenciales turistas. Actualmente se esta ejecutando el plan estratégico de Nariño mediante la colaboración de entidades públicas como instituciones educativas, oficina de turismo, fondo mixto de promoción turística y Adel, además de entidades privadas como empresas hoteleras, de transporte, restaurantes, agencias de viaje, etc. las cuales están apostando al desarrollo turístico del departamento, y por ende el corredor .

Factor político-legal: Actualmente la legislación turística apoya la descentralización del turismo mientras sea un proceso ligado a los temas de coordinación con las regiones, formulación de políticas de turismo, planificación y manejo de algunos mecanismos para incentivar el desarrollo turístico en todo el país. Las reformas tributarias, laborales y pensionales, están colocando trabas a la creación de empresas, puesto que hoy en día una empresa trabaja en función del pago de impuestos y prestaciones legales a sus empleados, pese a algunos mecanismos de ayuda a sectores vulnerables como el fondo emprender.

Factor ambiental: La zona objeto de estudio hasta el momento presenta buenas condiciones ambientales por poseer grandes extensiones de hábitats poco explorados, es tarea de las entidades ambientales, tales como Corponariño con sus seccionales y Parques Naturales, así como planeación municipal de establecer políticas que mantengan en buen estado de conservación toda esta biodiversidad

2.2.2 Matriz MEFE

Matriz 5 Matriz de evaluación integrada del entorno			
INVENTARIO DE VARIABLES			
V.EXTERNAS	ENTORNO	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Inflación	económico	Hace que los costos de los insumos utilizados para la elaboración de productos fluctue constantemente.	m
Nivel ingresos	económico	Define el gasto disponible de los turistas que demanden los servicios turísticos.	m
Dolarización del Ecuador	económico	Define el cambio de divisa para el consumo de productos ofrecidos en el país.	M
Tasa de interés	económico	Se tiene en cuenta para la toma de decisiones en cuanto a financiación, de proyecto de inversión.	m
Desempleo	económico	Permite definir el nivel de la población económicamente activa que no labora.	m
Deuda externa	económico	Su pago disminuye el gasto público en cuanto a infraestructura y presupuestos municipales.	m
Impuestos	económico	Afecta el nivel de utilidades de las empresas turísticas.	m
Producto Interno Bruto	económico	Permite establecer el aporte del sector turístico sobre la economía regional.	M
Cadenas productivas	económico	Permite conocer el grado de asociatividad de las empresas relacionadas con el sector turístico.	m
Alianzas sector público y privado.	económico	Compromiso de los sectores para generar desarrollo en el turismo departamental.	M
Indicadores de competitividad	económico	Permite definir el nivel de diferenciación con respecto a productos competidores.	m
Plan vial 2005	económico	Inversión del gobierno nacional sobre las vías Chiles-Cumbal-Guachucal-El Espino, Las Lajas, Junin-Barbacoas.	m

Matriz de evaluación integrada del entorno			
INVENTARIO DE VARIABLES			
V.EXTERNAS	ENTORNO	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Construcción del Teleférico Las Lajas	económico	Proyecto de un nuevo sistema de transporte que fortalecería el turismo en Las Lajas.	
Características del nariñense	demográfico	La calidad de las personas aseguran la honestidad con los turistas	M
Clima	demográfico	Definición de clase de productos a ofrecer	m
Infraestructura	demográfico	Afluencia de turistas por vía terrestre, aérea y marítima.	M
Tasa Morbilidad	demográfico	Permite medir el grado de funcionamiento de los sistemas de salud.	m
Tasa de migración	demográfico	Permite conocer el comportamiento de los clientes potenciales.	m
Grupos armados	Socio-cultur.	Grado de intimidación de estos grupos sobre inversión en la zona y afluencia de turistas.	M
Cultura turística	Socio-cultur.	Cultura de los habitantes de los municipios en cuanto a la atención al turista.	M
Nivel de educación	Socio-cultur.	Definiendo su nivel se puede determinar la formación para prestar los servicios turísticos.	m
Delincuencia común	Socio-cultur.	Seguridad de la planta física, trabajadores, clientes y atractivos.	m
Alienación cultural	Socio-cultur.	Perdida de usos y costumbres propias de la región.	M
Demanda nacional e internacional.	Socio-cultur.	Permite conocer el grado de reconocimiento de los atractivos por parte de los ordenes nacional y extranjero.	M
Demanda turística	Socio-cultur.	Permite identificar el porcentaje de usuarios que demandan los servicios por actividades turísticas o laborales.	M

Matriz de evaluación integrada del entorno			
INVENTARIO DE VARIABLES			
V.EXTERNAS	ENTORNO	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Inversión en software	Tecnología	Programas mas efectivos para agilizar procedimientos.	m
Telecomunicaciones	Tecnología	Facilita la comunicación con el mundo por medio de redes	m
Páginas Web	Tecnología	Medio promocional que permite acceder a mercados internacionales.	M
Nuevos servicios	Compet.	Obliga el adelanto de innovaciones	m
Auge del ecoturismo	Compet.	Tipo de turismo que se esta demandando en otros departamentos de Colombia.	M
Precios	Compet.	Permite la comparación de precios en el mdo.	m
Nuevas estrategias de mercado	Compet.	Obliga a la comparación y el desarrollo de mejores estrategias de mdo.	m
Globalización	Compet.	Reta a la organización a estar a par con las tendencias mundiales	m
Turismo nacional	Compet.	Zonas que ofrecen productos turísticos similares a los del corredor.	M
Grado de aceptación del servicio	Clientes	Permite medir el nivel de agrado y preferencia de los turistas	M
Escala de necesidades	Clientes	Permite determinar la escala correspondiente a las necesidades del turista.	m
Reformas políticas	político-legal	Cambios en el gobierno y manejo de recursos	m
Reformas tributarias	político-legal	Cambios en los impuestos que afectan el comercio.	m
Legislación turística	político-legal	Cambios en la reglamentación del turismo.	M

Matriz de evaluación integrada del entorno			
INVENTARIO DE VARIABLES			
V.EXTERNAS	ENTORNO	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMP.
Reformas laborales	político-legal	Pago de salarios y prestaciones a empleados	m
Reforma pensional	político-legal	Pago de pensiones	m
Constitución del corredor	político-legal	Estructuración del corredor turístico acorde a reglamentaciones.	m
Limites no definidos	político-legal	División político-administrativa sobre los territorios y sus atractivos naturales.	M
Cooperación internacional	político-legal	Permite atraer nuevos mercados.	M
Variedad entidades promotoras	político-legal	Existencia de varios entes encargados del desarrollo turístico del departamento	M
Saneamiento básico	Medio Ambien	Existencia de sistemas de alcantarillado y tratamiento de basuras.	M
Conservación de biodiversidad	Medio Ambien	Cuidado ambiental sobre los atractivos naturales	m
Proyecto monte bravo en la costa pacífica	Medio Ambien	Este proyecto hace parte del programa de desarrollo Alternativo del Gobierno de Colombia y la Oficina de las Naciones Unidas; propuesta que busca proporcionar las condiciones para el manejo racional de los recursos forestales.	M

Matriz 6 Guía De Análisis Del Macroambiente Externo				
VARIABLES	AMENAZAS		OPORTUNIDADES	
	AM	Am	Om	OM
1. ECONOMICAS: Dolarización ecuatoriana PIB Plan vial 2005 Alianzas sector público y privado			x x x	
2. DEMOGRAFICAS: Infraestructura		x		
3. SOCIOCULTURALES: Grupos armados Cultura turística Alienación cultural Baja demanda nacional e internal. Demanda turística	X X X	 x x		
4. TECNOLOGICAS: Páginas Web			x	
5. COMPETENCIA Auge del ecoturismo Turismo nacional	 X			X
6. CLIENTES Grado de aceptación del servicio	X			
7. POLITICOLEGALES: Legislación turística Cooperación Internacional Limites Variedad de entidades promotoras			x 	 X X
8. MEDIO AMBIENTE Saneamiento básico Conservación de biodiversidad	X 	 x		

AM= Amenaza Mayor (1)
Am= Amenaza Menor (2)
Om= Oportunidad Menor (3)
OM= Oportunidad Mayor (4)

Matriz 7 Matriz de evaluacion de variables externas			
VARIABLES CLAVES	PONDERACIÓN	CALIFIC.	RESULTADO
AMENAZAS:			
A1 PIB	0,03	2	0,06
A2 Infraestructura	0,03	2	0,06
A3 Grupos armados	0,11	1	0,11
A4 Cultura turística	0,08	1	0,08
A5 Alienación cultural	0,02	2	0,04
A6 Baja demanda nacional e internacional	0,04	2	0,08
A7 Demanda turística	0,08	1	0,08
A8 Turismo nacional	0,05	1	0,05
A9 Grado de aceptación del servicio	0,04	1	0,04
A10 Limites	0,01	2	0,02
A11 Saneamiento básico	0,07	1	0,07
A12 Conservación de biodiversidad	0,05	2	0,10
OPORTUNIDADES:			
O1 Dolarización ecuatoriana	0,03	3	0,09
O2 Alianzas sector público y privado	0,03	3	0,09
O3 Variedad de entidades promotoras	0,10	4	0,40
O4 Páginas Web	0,01	3	0,03
O5 Auge del ecoturismo	0,12	4	0,48
O6 Legislación turística	0,03	3	0,09
O7 Cooperación internacional	0,03	4	0,12
O8 Plan vial 2005	0,04	3	0,12
TOTAL	1,00		2,21

El corredor cuenta con demasiadas amenazas que le impiden desarrollar una actividad turística que le genere grandes beneficios a su comunidad. Se puede concluir que los resultados obtenidos en la matriz MEFED demuestran que las amenazas que afectan al Corredor Ipiales – Tumaco lo limitan a la hora de aprovechar sus oportunidades, donde los grupos alzados en armas es la mayor amenaza que impide un adecuado desarrollo turístico a nivel nacional e internacional. Se debe tener en cuenta que también existen oportunidades como el auge del ecoturismo que se pueden aprovechar ya que el corredor cuenta con grandes potencialidades en este campo.

2.3 DIAGNÓSTICO GENERAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CORREDOR IPIALES – TUMACO

2.3.1 Análisis de la información del corredor turístico Ipiales –Tumaco De acuerdo a la información recolectada en las encuestas realizadas a los establecimientos (hoteles y restaurantes) del corredor, agencias de viaje de Nariño y expertos en marketing turístico; así como de entrevistas a Alcaldías, secretarías de planeación y casas de cultura municipales, entidades promotoras de turismo, entidades ambientales, agremiaciones y planeación departamental, además de la observación directa sobre los municipios, se pudo establecer que:

La capacidad en planta física turística es acorde a la demanda percibida por efectos del turismo y en mayor proporción por personas que laboran en la zona; la calidad de la misma es deficiente por cuanto gran parte de estos establecimientos carecen de normas de higiene y seguridad industrial y la mayoría de políticas de calidad y servicio al cliente, así como un buzón de sugerencias para atender los requerimientos de sus usuarios; sin embargo cabe destacar que los comentarios de los clientes que de manera informal se reciben, son tenidos en cuenta a la hora de mejorar el servicio prestado. Según los entrevistados, ante un incremento de la demanda de estos servicios (temporadas altas y encuentros intermunicipales) en los municipios, excepto en Ipiales y Tumaco, la planta física es insuficiente. La atención al cliente en estos municipios es evaluada como regular, debido a que el recurso humano que labora en estas empresas carecen de educación especializada en cuanto a atención al turista, ya que su formación no es exigida por los propietarios de dichos establecimientos y por que no son cátedras que lideren las administraciones locales.

La infraestructura de los municipios presenta algunas falencias; con relación a la interconexión vial del corredor, la cual se encuentra en condiciones regulares, algunos tramos no son pavimentados como El Espino – Sapuyes y Junín – Barbacoas, pero en la actualidad se encuentran en curso el proyecto vial 2005 de INVIAS que logrará recuperar tramos como Ipiales – El Espino y Junín – Barbacoas. Las vías de acceso a los establecimientos son catalogadas como buenas por parte de los encuestados, excepto en Guachucal, cuyas calzadas se encuentran muy agrietadas. El único municipio que goza de un buen sistema de saneamiento básico es Ipiales, los demás carecen de un alcantarillado, es el caso de Tumaco, cuya planta física se abastece de agua mediante la construcción de pozos sépticos; la totalidad de los municipios cuentan con servicios de energía y telefonía fija y móvil.

El corredor cuenta un gran potencial turístico reflejado en variedad de sitios naturales (evaluados como excelentes), bienes culturales, acontecimientos programados (evaluadas como buenas) y algunas realizaciones contemporáneas; entre los atractivos destacados por agencias de viajes y expertos están, el Santuario de Las Lajas, Volcán Cumbal, Volcán Azufra, Reserva Natural la Planada, Isla del Morro en Tumaco. Dos de los grandes problemas a los que se enfrenta el aprovechamiento de todos estos recursos, son la inseguridad de la zona y la falta de promoción tanto de los atractivos turísticos como de su planta física; con relación a la inseguridad factor que impide el desarrollo de proyectos de inversión, es poco lo que los municipios puedan hacer, a pesar de que incrementan su fuerza policial y en algunos de los municipios se organizan manifestaciones de rechazo a la violencia, cualquier acuerdo con estos grupos al margen de la ley son menester del gobierno nacional convirtiendo este factor en una variable no controlable; la ausencia de promoción es producto también de la falta de planificación del turismo en la zona, ya que no se tienen identificados sus nichos de mercado y la negligencia de cada uno de los establecimientos, así como de las entidades promotoras de turismo. El corredor posee gran potencialidad en lo relacionado a bienes culturales porque tiene una gran cantidad de resguardos indígenas que se pueden clasificar hoy en día en uno de los más importantes tipos de turismo que es el Etnoturismo, pero a través de los años se ha venido generando un proceso de alienación cultural donde los usos y costumbres propios de cada resguardo se han venido perdiendo por efecto de la globalización.

A pesar de que el corredor cuenta con gran diversidad climática, paisajística, étnica y cultural, aún no existe una adecuada organización de estos recursos los cuales vayan en función del desarrollo socio-económico de la región; las entidades promotoras del turismo en Nariño, es poco lo que contribuyen al desarrollo del sector en esta zona, debido a que no están definidas las funciones y responsabilidades frente al turismo, es así como el único municipio que cuenta con una oficina especializada en turismo, es Tumaco, cuyo cargo es objeto del clientelismo y no le ha representado mayores logros a la región. El corredor además de carecer de un directo responsable del turismo, no dispone de partidas presupuestales representativas que permitan el fortalecimiento de este sector, por cuanto aún no se han reconocido sus ventajas y su sostenibilidad, es decir, egresos en que incurran los municipios por tal concepto, frente a ingresos percibidos por establecimientos conexos. El desinterés generalizado ante el sector turístico del corredor Ipiales - Tumaco, es reflejado en el plan de desarrollo y el cuestionamiento dirigido a las entidades departamentales y gobiernos locales, sobre las políticas y proyectos turísticos desarrollados en la zona y su ejecución con la comunidad; interrogantes los cuales resultaron negativos en gran parte de los municipios; como proyectos que están en etapa experimental son el plan estratégico de Nariño y la construcción del teleférico en Las Lajas.

2.3.2 Matriz DOFA del sector turístico del corredor

Matriz 8 Matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas

MATRIZ DOFA	OPORTUNIDADES O1 Dolarización ecuatoriana O2 Alianza sector púb y priv O3 Variedad de entidades promotoras de turismo O4 Páginas Web O5 Auge del ecoturismo O6 Legislación turística O7 Cooperación Internacional O8 Plan Vial 2005	AMENAZAS A1 PIB A2 Infraestructura A3 Grupos armados A4 Cultura turística A5 Alienación cultural A6 Baja demanda Nal e Inter. A7 Baja demanda turística A8 Turismo nacional A9 Aceptación del servicio A10 Limites no definidos A11 Saneamiento básico A12 Conservación biodiversidad
FORTALEZAS F1 Macrolocalización F2 Criterios mejoram. F3 Portafolio de Ptos. F4 Variedad atractivos F5 Belleza de atractivos F6 Diversidad tipos de turismo F7 Variedad de etnias	ESTRATEGIAS FO F1O1 Aprovechando la dolarización ecuatoriana y la posición fronteriza en la cual se encuentra el corredor Ipiales -Tumaco, este puede beneficiarse al ofrecer unos costos atractivos para los extranjeros. F4O7 Mediante el interés de las organizaciones internacionales por promover los proyectos turísticos, se puede fortalecer los distintos atractivos turísticos que se dan en el corredor.	ESTRATEGIAS FA F6A6 Gracias a la diversidad de tipos de turismo con los que cuenta el corredor, estos pueden incrementar la demanda a niveles nacional e internacional, cautivando a diferentes nichos de mercado. F7A6 Ya que el corredor cuenta con una gran diversidad en cuanto a los grupos etnicos, se puede generar estrategias promocionales para incrementar la demanda turística de los interesados en el etnoturismo a nivel nacional e internacional.
DEBILIDADES D1 Publicidad D2 Infraestructura D3 Planeación D4 Dirección D5 Organización D6 Presupuesto D7 Planta física D8 Nivel de ventas D9 Políticas de C y SC D10 Asociatividad D11 Capacitación D12 Nichos no definidos D13 Aplicación de HySI	ESTRATEGIAS DO D1O4 La internet brinda la oportunidad de dar a conocer los atractivos a nivel internacional mediante las paginas web las cuales presentan una publicidad atractiva para quienes se conectan en la red. D12O3 La investigación de mercados que realicen las entidades promotoras de turismo deben estar encaminadas a definir los nichos de mercado pertenecientes al corredor Ipiales Tumaco.	ESTRATEGIAS DA D10A8 Las empresas relacionadas con el sector turístico deben considerar la asociatividad para tener las condiciones necesarias para competir con otras regiones del país. D11A4 Se requiere mayor participación en cuanto a capacitación de los habitantes del corredor, por parte de los gobiernos municipales para evitar que la amenaza generada por la inadecuada cultura turística en relación a la calidad del servicio ofrecido limite el desarrollo turístico de la región.

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL CORREDOR TURÍSTICO IPIALES – TUMACO

Del análisis efectuado sobre las instituciones que a nivel municipal y departamental tienen relación con la actividad turística, se observa una dispersión de funciones y una distribución poco práctica de los recursos por lo que a continuación se recomienda la adopción de funciones que contribuyan con el desarrollo del sector en la región. La cantidad de recursos con que cuenta la zona objeto de estudio y la desorganización que presentan las entidades tanto públicas como privadas relacionadas con el turismo, demandan la jerarquización de la administración turística a nivel regional así como la definición de funciones y responsabilidades de cada uno de los entes participantes. Por lo tanto se hace indispensable que las administraciones locales de los nueve municipios del corredor, trabajen solidariamente en la Corporación Corredor Turístico Ipiales-Tumaco; con esto el nivel de decisión, la aplicación de políticas, las relaciones interinstitucionales, la ejecución de planes y programas se realizarían mediante comunicación directa con las autoridades competentes.

La estructura orgánica estaría planteada de la siguiente manera: CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES – TUMACO, la cual ha de constituirse en asocio a la Oficina Departamental de Turismo, como el ente rector de la actividad en su jurisdicción, debiendo manejar claros conceptos de desarrollo turístico integral, en franca comunión con la filosofía de la Ley de Turismo.

3.1.1 Planeación La principal función de la Corporación del Corredor Turístico, será la de planificar el desarrollo de la actividad turística en los municipios de Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco y la ejecución y supervisión de los planes y proyectos incluidos en el Plan estratégico de desarrollo turístico de Nariño. Para observar con claridad el entorno en que reside el sector turístico, se debe identificar las necesidades de la comunidad y aprovechar las ventajas que ofrece el medio ambiente.

3.1.1.1 Direccionamiento estratégico

Misión “CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO”, es una empresa sin ánimo de lucro que busca la organización, promoción y dinamización del sector turístico de los municipios de Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal,

Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco a través de la participación de las diferentes entidades de carácter oficial y privado conexas al sector turístico del departamento, basada en ofrecer bienestar físico, intelectual o moral a sus asociados y a la comunidad en general, contribuyendo al desarrollo social, económico y cultural de la región.

Visión El corredor Ipiales – Tumaco se visiona como poseedor de destinos turísticos competitivos, adecuada infraestructura y planta física, atendidos por personas capacitadas en atención al turista y con amplio reconocimiento nacional e internacional, ofreciendo siempre una mirada innovadora para vivir el turismo y con gran participación en la economía regional.

Principios corporativos

- *Sostenibilidad:* Uso racional de los recursos naturales propios del corredor
- *Responsabilidad:* Para el desarrollo de todos los planes y proyectos con el fin de que los planteamientos estén acordes a la realidad y los resultados esperados sean factibles y viables en el futuro
- *Cumplimiento:* Compromiso de todos los integrantes de la organización para culminar exitosamente los proyectos dirigidos al progreso del sector turístico del corredor Ipiales – Tumaco
- *Honestidad:* Con el fin de que los recursos sean utilizados de la forma correcta y puedan contribuir con el mejoramiento de la comunidad en general evitando la malversación de los recursos
- *Sentido de pertenencia:* Agente que permite trabajar con liderazgo y entusiasmo para buscar el desarrollo del turismo en cada uno de los municipios que comprende el corredor

3.1.2 Organización Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a operar la organización, definición del tipo de empresa y estructura organizacional que van a permitir el desarrollo de sus actividades.

3.1.2.1 Constitución jurídica de la empresa La constitución de la sociedad está reglamentada por el Código de Comercio; al constituirse legalmente formará una persona jurídica capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Según las características encontradas en el desarrollo del proyecto, se puede determinar al corredor Ipiales – Tumaco como una entidad sin ánimo de lucro en figura de Corporación.

Corporación:

- *Razón social:* “CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO”
- *Número de socios:* Nueve socios
- *Capital:* El 50% integrados por cuotas de igual valor que se deberán pagar totalmente al constituirse la organización, el otro 50% con financiamiento a Bancos
- *Constitución:* Acta de constitución
- *Duración:* Es exacta (en años). Existirá mientras sus asociados lo hagan o hasta cuando estos decreten la disolución de la misma o cuando la reducción de número de los asociados conlleve a su disolución
- *Órgano de control y vigilancia:* Secretaría de Planeación Departamental
- *Administración:* Se realiza por parte de las personas elegidas por la junta de Administración

Requisitos que se deben cancelar:

- Carta dirigida a Cámara de Comercio, suscrita por el representante legal de la entidad, solicitando la inscripción de la misma, informando su domicilio, dirección, teléfono, órgano de control y vigilancia
- Acta de Constitución de la entidad autenticada y con reconocimiento de firmas del presidente y secretario de la reunión de constitución efectuada ante una notaría, inspección o juzgado
- Estatutos autenticados en los cuales se consigne lo siguiente:
 - ✓ Nombre, identificación y domicilio de las personas que intervienen como otorgantes
 - ✓ Nombre o razón social de la entidad
 - ✓ Clase de persona jurídica y naturaleza
 - ✓ Domicilio
 - ✓ Objeto
 - ✓ Patrimonio y formas de hacer aportes
 - ✓ Forma de administración: indicando quien tiene a cargo la administración y representante legal
 - ✓ Periodicidad de las reuniones ordinarias y casos en que habrá de convocarse a reuniones extraordinarias

- ✓ Duración precisa de la entidad
- ✓ Disolución de la entidad
- ✓ Forma de hacer la liquidación una vez disuelta la entidad privada si animo de lucro
- ✓ Nombre e identificación de los administradores y representantes legales
- ✓ Constancia de lectura y aprobación de estatutos
- ✓ Contenido adicional en estatutos de entidades privadas sin ánimo de lucro
- Lista anexa de asociados o fundadores
- Formatos NIT y datos básicos suministrados por la Cámara de Comercio.
- Pago de impuesto de Registro en la Gobernación de Nariño
- Formulario RUT
- Inscripción al impuesto de industria y comercio ante la administración de impuestos municipales
- Realización de los trámites de seguridad laboral e industrial ante las respectivas entidades de Salud, Caja de Compensación Familiar y Ministerio de Protección Social

3.1.2.2 Estructura organizacional La corporación, para un buen desempeño en la prestación de su servicio, tendrá una organización de acuerdo a la legislación comercial, y su estructura organizacional es la siguiente:

Área administrativa:

- ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS: Conformada por las alcaldías Municipales de Ipiales, Aldana, Guachucal, Cumbal, Sapuyes, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco
- JUNTA DE ADMINISTRACIÓN: Conformado por cuatro (4) asociados hábiles y cuatro (4) suplentes, elegidos por la Asamblea General para el periodo de dos años
- GERENTE Y SUBGERENTE: Elegidos por la junta de administración, para el periodo de dos años, con el lleno de los requisitos estipulados en el manual de funciones y demás estatutos y otros
- SECRETARIA (O): Elegida por la Gerencia, para el periodo de un año, con el lleno de los requisitos estipulados en el manual de funciones de la Corporación

Área financiera:

- CONTADOR: Elegido por la gerencia, para el periodo de un año, debe ser Contador Público con Tarjeta Profesional Vigente y los demás requisitos

- anotados en el manual de funciones; en su hoja de vida reposan su experiencia laboral y demás requisitos
- TESORERO (A): Elegido por la Gerencia, para el periodo de un año, con el lleno de los requisitos estipulados en el manual de funciones de la empresa

Área de Recursos Humanos:

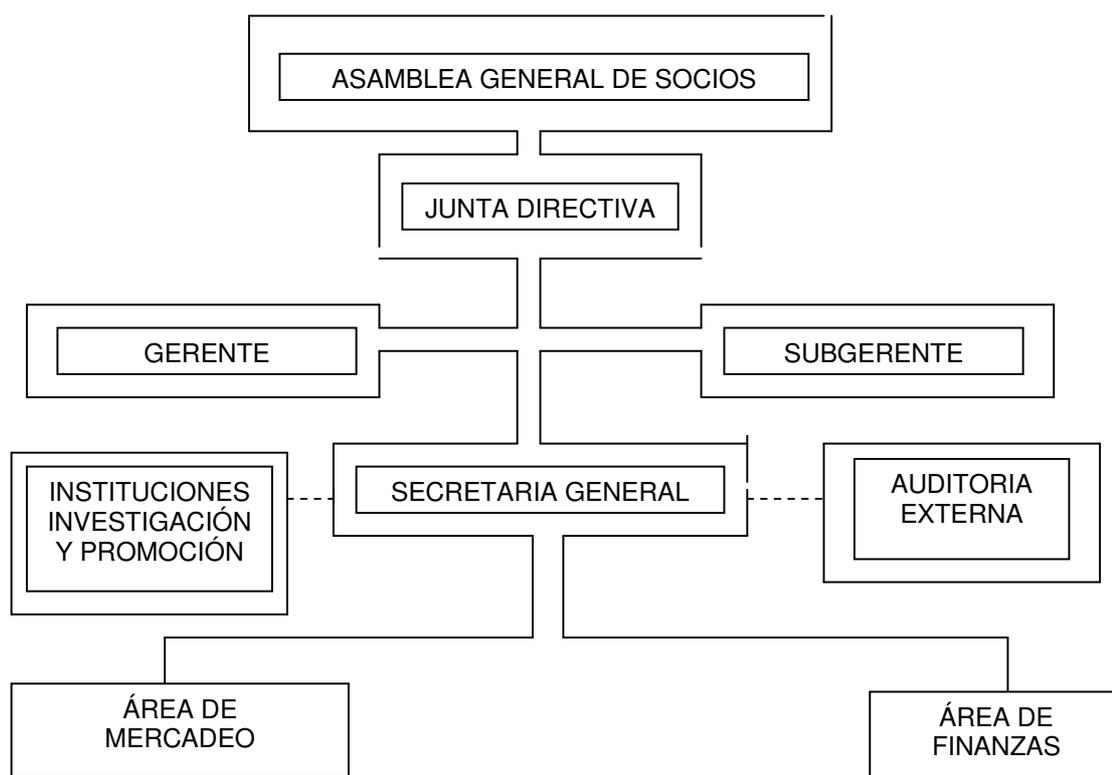
- ASESORES EN MARKETING TURÍSTICO: Tres profesionales elegidos por la Gerencia, para un periodo de dos años, con el lleno de los requisitos estipulados en el manual de funciones de la empresa; los cuales tendrán como funciones principales, coordinar las estrategias promocionales y publicitarias con los diferentes gremios y la organización logística de las diferentes capacitaciones de las empresas relacionadas con el sector turístico del Corredor.

Instituciones de investigación y promoción:

- ENTIDADES PROMOTORAS DE TURISMO: Quienes se encargan de la elaboración de proyectos de factibilidad turística, creación de bancos de información sobre manejo y movimiento de mercados, etc; elaboración y/o actualización de estudios de mercado, oferta y demanda, diseño de planes y estrategias de promoción turística del Corredor
- OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO DE TUMACO: Quien mantendrá un registro de la planta turística de su jurisdicción así como información referente a flujos turísticos, estadísticas etc.
- INSTITUCIONES EDUCATIVAS: Quienes se encargan de la capacitación y asistencia técnica a empresarios en aspectos administrativos, de comercialización, mercados, higiene y seguridad industrial, investigación y desarrollo, etc.
- LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO: Encargado de la investigación y formación para el mejoramiento de los productos artesanales de los municipios en cuestión
- ENTIDADES AMBIENTALES: Corponariño y Parques Naturales Nacionales, encargados del estudio y sostenibilidad de la biodiversidad en el corredor
- PROFESIONALES EN DIFERENTES ÁREAS: Formulación de proyectos viables de inversión en la zona por parte de profesionales interesados en el desarrollo del sector turístico del corredor Ipiales-Tumaco
- EMPRESAS DE TRANSPORTE: Empresas de transporte Interveredal, Intermunicipal y de Servicio Especial de Nariño
- SECTOR HOTELERO: Centros de alojamiento como hoteles, hostales, residencias, famihoteles, etc. Pertenecientes al corredor

- SECTOR DE RESTAURANTES: Lugares que ofrecen servicio de alimentación en los municipios del corredor
- CENTROS RECREACIONALES: Balnearios y reservas naturales de la zona
- AGENCIAS DE VIAJE: Las cuales se encarguen de la promoción y comercialización de los productos turísticos del corredor

3.1.2.3 Organigrama de la Corporación:



Fuente: Esta investigación

3.1.2.4 Herramientas administrativas Los manuales y reglamentos que maneja la CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO, serán diseñados en atención a la legislación turística.

- **MANUAL DE FUNCIONES:** Su objetivo es el de diseñar y describir las obligaciones y responsabilidades en la ejecución de las tareas y actividades que se realizan en cada una de las dependencias; con el fin de prestar un servicio de calidad.

- **REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO:** En este Reglamento se plantean los deberes, derechos y compromisos; además se estipulan las sanciones correspondientes de acuerdo a la gravedad de las faltas cometidas.
- **REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL:** Tiene por finalidad el desarrollo y fomento de la investigación, estudio y prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, como también la adopción de medidas que garanticen la aplicación de normas de medicina, higiene y seguridad industrial.
- **PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL:** Su principal objetivo es el de proteger la salud integral del trabajador en cada puesto donde desempeñe sus actividades laborales y para mejorar los servicios que preste la empresa.
- **ORGANIGRAMA:** El organigrama de la empresa se constituye en uno de los principales mandatos que están establecidos, y cuya jerarquía implica el grado de responsabilidad y decisión al interior de la empresa.

3.1.3 Dirección Para el desarrollo del sector turístico se requiere de un Gerente Integral que combine lo organizacional, aproveche lo estratégico y ejerza liderazgo, con capacidad de dirigir de manera horizontal el sector, promocionando el corredor Ipiales – Tumaco como destino turístico, tanto en el ámbito interno como externo.

La dirección de la CORPORACIÓN CORREDOR TURISTICO IPIALES - TUMACO, creará un clima agradable en la empresa, que suponga una influencia sobre los trabajadores, para que ellos alcancen de forma amena los objetivos organizacionales.

Los objetivos de la dirección por tanto serán:

- Estimular la participación de todos los niveles de la empresa
- Eliminar o reducir el efecto de los problemas interpersonales
- Imponer un concepto humanístico a la administración, dado que se trata del manejo de personas
- Incentivar la integración individual y grupal, creando lazos de unión entre jefes y subordinados

- Motivar al personal hacia un desempeño acorde a las necesidades de la empresa, con la creación de un programa de incentivos acorde a los intereses de los colaboradores de la empresa

El estilo de direccionamiento será de tipo democrático participativo, en donde las decisiones serán discutidas en grupo, bajo la orientación del gerente que actuará como líder; quien a su vez adoptará una postura de amabilidad, empatía con los trabajadores y mostrará objetividad en el transcurso del trabajo, desarrollando unas relaciones de respeto y confianza hacia el logro de las metas de la organización.

3.2 PLAN OPERATIVO DE LA CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO

3.2.1 Objetivos

3.2.1.1 Objetivo General Su finalidad es organizar los recursos con los que cuenta el corredor y realizar programas que fomenten el turismo a nivel regional, nacional e internacional.

3.2.1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Brindar información verídica y actualizada acerca de la planta turística, materia prima, infraestructura vial y cualquier información requerida por los turistas y las entidades interesadas
- ✓ Incentivar la economía turística en los municipios del corredor
- ✓ Conservar los recursos naturales, bienes culturales, acontecimientos programados y realizaciones contemporáneas de los municipios en cuestión
- ✓ Promocionar los atractivos turísticos de la región
- ✓ Impulso y consolidación de productos turísticos
- ✓ Elevar el nivel y calidad en la prestación de los servicios turísticos que permita la captación de nuevos y mejores segmentos de la demanda
- ✓ Definir la imagen turística del corredor
- ✓ Establecer mecanismos de coordinación y control para el sector turístico en dicho corredor

3.2.2 Estrategias

3.2.2.1 Dirigidas a la Corporación Desde la perspectiva de la corporación, la estrategia a seguir pretende desarrollar una productividad de la misma con el fin de atender de la mejor manera el mercado turístico y por ende los intereses del corredor.

- Sistematización de la información contable y financiera para tener un mayor control sobre los movimientos financieros de la Corporación
- Búsqueda de fuentes de financiamiento para mejoramiento de empresas conexas
- Realización de un portafolio de artesanías propias de la región
- Gestión de proyectos turísticos del corredor ante entidades públicas y privadas
- Mantener un registro actualizado de la planta turística, materia prima, infraestructura vial y acontecimientos programados en cada uno de los municipios del Corredor Ipiales – Tumaco
- Ampliar el inventario de atractivos turísticos

3.2.2.2 Dirigidas al mercado

Producto: La estrategia de la corporación en cuanto al mejoramiento de los productos y servicios turísticos es ofrecerle calidad a los clientes y su plena satisfacción.

- Brindar asesoría técnica en la elaboración de productos artesanales con el fin de ofrecer productos de calidad a los turistas
- Elaboración de proyectos turísticos de inversión en los municipios
- Mejorar la calidad de la planta turística mediante la estandarización de los procesos de los servicios turísticos
- Realización de estudios medio ambientales para la conservación y preservación de los bienes naturales, además de la implementación de políticas de sostenibilidad
- Brindar asesoría administrativa, comercial y de servicios a los empresarios relacionados con el sector turístico, mediante convenios realizados con instituciones educativas

Promoción: Se debe aprovechar la ventaja competitiva que tienen los atractivos turísticos del corredor, frente a las regiones competidoras.

- Dar a conocer los productos turísticos del corredor
- Generar una identidad de marca
- Identificación y contacto con los nichos de mercado del corredor
- Participar en las ferias comerciales del sector a nivel nacional e internacional
- Diseño de paquetes promocionales de los recursos turísticos propios del corredor de acuerdo a los nichos de mercado

Distribución: Realizar contactos con agencias y promotoras de turismo, con el fin de dar a conocer los productos turísticos que ofrece la zona.

- Incursionar en el mercado Nacional e internacional como un corredor turístico
- Establecer relaciones públicas con agencias de viaje, fundaciones, gremios y empresas conexas al sector turístico

Precio: Con el fin de evitar una competencia desleal y estandarizar los precios para el turista.

- Propiciar la estandarización de precios en los productos y servicios turísticos

3.2.3 Programas En la CORPORACIÓN CORREDOR TURÍSTICO IPIALES - TUMACO, siempre existirán programas tendientes a mejorar el nivel de vida de los componentes orgánicos que la conforman, de la siguiente manera:

3.2.3.1 Programa de asesoramiento técnico Parte importante de las labores que debe cumplir la Corporación es la de convertirse en un ente asesor y promotor del desarrollo de la actividad en el Corredor. El asesoramiento deberá realizarse en los campos de: fomento, inversiones, planificación, manejo de áreas de interés turístico. La asesoría estará dirigida al sector público y privado.

3.2.3.2 Programa de asesoría ambiental Este programa será desarrollado en asocio a las entidades ambientales que rigen en el departamento de Nariño, con el fin de impedir el deterioro de los recursos naturales generado por la actividad turística.

3.2.3.3. Programa de cultura turística Con el fin de lograr un sentido de pertenencia de los bienes con los que cuentan los municipios, además de insertar calidad en la prestación de los servicios turísticos; la comunidad realizará talleres y mesas de trabajo con tales temáticas.

3.2.4 Metas

- Formar, capacitar y culturizar a la comunidad de los municipios con respecto al turismo
- Brindar información oportuna acerca del sector turístico
- Lograr que los destinos turísticos del corredor sean competitivos
- Incrementar la ocupación de la planta turística
- Lograr la satisfacción del turista
- Contar con un recurso humano profesionalizado en el sector turístico

3.3 MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y CONTROL

3.3.1 Control por áreas de la Corporación Se utilizará un tipo de CONTROL DE RETROALIMENTACIÓN donde se examinará por parte del gerente las tareas y actividades que se desempeñaron en las diferentes áreas de forma periódica, con el fin de hacer que las falencias se corrijan a tiempo y los aciertos sean incentivados de la forma adecuada para lograr una mayor eficiencia y eficacia en la organización. La Corporación desempeñara su control de la siguiente manera:

3.3.1.1 Control administrativo Al final de cada año se analizará en junta la gestión administrativa, con el fin de determinar el cumplimiento de las metas propuestas por la administración y los factores que favorecieron o no a la corporación.

3.3.1.2 Control área financiera

Tesorería Debe elaborar informes periódicos para establecer los ingresos y gastos que maneja la Corporación; así también, los conceptos que lo causan, lo cual permitan al gerente tomar decisiones para mejorar, detectar falencias y corregirlas.

Contabilidad Debe rendir informes periódicos a la Gerencia, cuando esta lo requiere y toda vez que debe entregar a entidades gubernamentales e interesados. Según los plazos fijados en los estatutos, la junta de socios se reunirá en sesiones ordinarias una vez semestral, y extraordinariamente cuando lo solicite el gerente o cualquiera de los socios, para evaluar los estados financieros presentados por el contador, realizando además una comparación con balances anteriores y las metas planeadas para tal periodo.

3.3.1.3 Control área de recursos humanos Debe rendir informes periódicos a la Gerencia cuando esta lo requiera, con el fin de detectar falencias y realizar los respectivos correctivos en su gestión. Presentar informes de los planes y proyectos ejecutados en un periodo semestral, ante la junta directiva.

3.3.2 Control del Corredor Turístico por variables de competitividad De acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Nariño, la gestión de la corporación se controlará mediante la atención y medición de indicadores en las variables tenidas en cuenta en el estudio competitivo:

3.3.2.1 Variable Materia Prima

- No. Bienes naturales deteriorados / Total de bienes naturales
- No de expresiones culturales (danza, teatro, música, leyendas gastronomía, artesanías, etc.) que tienen acogida / Total de expresiones culturales de la región.
- No de acontecimientos programados que tienen acogida / Total de acontecimientos programados.

3.3.2.2 Variable Infraestructura

- No. de municipios que cuentan con los sistemas de saneamiento de básico / nueve municipios
- Estado de las vías
- No. de vuelos realizados / No. de vuelos programados

3.3.2.3 Variable Planta turística

- No. empresas transportadoras que prestan servicio turístico/ total empresas transportadoras
- No. turistas alojados por año / Capacidad instalada
- No. turistas que adquieren el servicio de restaurante / Capacidad instalada
- No de Quejas / No de servicios prestados

3.3.2.4 Variable Superestructura

- No. proyectos ejecutados / No. de proyectos planteados
- No. de proyectos elaborados por las entidades promotoras de turismo en Nariño, relacionados con el corredor / Total de proyectos

3.3.2.5 Variable Promoción

- Ocupación hotelera en un año
- Ocupación de restaurantes en un año
- Ventas de artesanías y manufacturas en un año
- No. de visitantes a sitios de interés turístico / No. de Quejas y Reclamos
- No. de Campañas promocionales.
- Índices de Crecimiento económico y social de la Región
- No. de ferias y eventos de convocatoria a nivel nacional e internacional

3.3.2.6 Variable seguridad

- No. de turistas al año
- Proyectos ejecutados / Proyectos planteados

- No. Estaciones de Policía
- No de Puestos de Control vial
- Hechos delictivos / Denuncias
- Operativos Policiales y Militares
- No. de caravanas turísticas y concurrencia
- No. Accidentes de tránsito

3.3.2.7 Variable Asociatividad

- No. de Organizaciones y Agremiaciones
- No. de Proyectos Asociativos
- Registros Institucionales
- No. de Eventos
- No. de Convenios

3.3.2.8 Variable formación en turismo

- No. de instituciones y programas de formación turística
- Nivel de Calidad de vida de operadores turísticos
- Grado de Implementación de la reglamentación de la actividad turística
- Volumen de turistas
- Grado de satisfacción
- Crecimiento del sector

3.3.2.9 Variable inversión

- Rentabilidad de la Inversión
- Crecimiento del Mercado
- Generación de Empleo
- Movilización de Turistas
- No. de fuentes de financiamiento
- No. de proyectos

4. CONCLUSIONES

El corredor turístico Ipiales – Tumaco se caracteriza por poseer las tres regionales geográficas del departamento, Llanura pacífica, andina y amazónica, lo cual le provee de variedad de climas, ecosistemas y paisajes. Los sitios naturales y bienes culturales propios del corredor, son bienes no renovables que pocos lugares en el mundo poseen (volcán Azufral en cuyo cráter se encuentra la laguna verde). Los paisajes nariñenses son evaluados como excelentes por las agencias de viaje del departamento y los expertos de marketing encuestados, debido a su exuberante belleza y biodiversidad, además de que permite la explotación de diversos tipos de turismo; además cabe destacar que el 64% de los destinos del departamento que se incluyen en los planes que poseen las agencias de viaje, pertenecen al corredor Ipiales – Tumaco, denotando el potencial turístico que presenta la zona.

Los principales inconvenientes que presentan los municipios que se encuentran entre Mallama y Tumaco es la presencia de grupos insurgentes y de cultivos de uso ilícito. La presencia de grupos como el ELN, con el frente Comuneros del Sur que opera en la exprovincia de Obando y el pie de monte costero en la zona pacífica andina, la FARC opera en el ámbito del departamento con dos bloques el occidental y el del Sur que se ubica en el municipio especialmente en la zona de la victoria, Corregimiento del Municipio de Ipiales, siendo importante destacar que la ubicación del municipio en un sitio estratégico por la cercanía al cordón fronterizo hace que sea un paso obligado de estos grupos armados al margen de la ley. Se registra la presencia de los grupos paramilitares que hacen presencia intermitente en la región.

El estado de la infraestructura vial carece de unas condiciones aceptables para el acceso de turistas a los municipios que se encuentran en el trayecto Ipiales – Sapuyes, lo cual impide el desarrollo turístico de la zona. El acceso a Barbacoas es limitado debido a la escasa disponibilidad de medios de transporte y el pésimo estado de sus vías. La mayoría de municipios carecen de la totalidad de servicios públicos como el sistema de saneamiento básico (alcantarillado, acueducto, manejo de residuos sólidos y aguas negras), impidiendo generar unas condiciones de calidad para los turistas que buscan el confort.

La planta física de los municipios del corredor exceptuando a Ipiales y Tumaco es mínima debido a que en ellos no hay mayor movimiento de la actividad turística; es ocupada en su mayoría por personas que por su actividad laboral deben

acceder a este servicio, el porcentaje de turistas es mínimo ya que este sector aún no presenta un gran movimiento en esta zona. En los últimos cinco años se han creado una gran cantidad de establecimientos, gracias al reconocimiento de las ventajas económicas que provee las actividades conexas al turismo.

La organización del turismo en el departamento presenta deficiencias reflejadas en los bajos ingresos obtenidos en tal concepto, la inexistencia de proyectos gestionados desde las entidades promotoras de turismo, la carecen de datos exactos de los ingresos que genera el sector en cada municipio. Según el criterio de los expertos en marketing turístico, no existe asociatividad entre las empresas relacionadas debido a la falta de gestión de los organismos gubernamentales.

Tumaco se enfrenta a un problema de corrupción administrativa que ha impedido realizar obras como el alcantarillado y acueducto tan necesarios para la comunidad y su actividad turística; el sector hotelero en su mayoría construye pozos sépticos para echar aguas residuales. En la zona del Morro como en Bocagrande las basuras son enterradas en la arena; los hoteles que quedan en el centro de la ciudad hacen uso del carro recolector de la basura. Existe un desinterés en cuanto a la promoción del turismo por vías académicas por parte de la administración local del municipio de Tumaco, es así como la oficina de turismo no participo en el desarrollo de esta investigación.

Un obstáculo del turismo en el corredor es el bajo nivel académico que tienen las personas que atienden a los visitantes y su desinterés en capacitarse para ello. Los establecimientos que prestan los servicios de alimentación y hospedaje, carecen de elementos de calidad como buzón de sugerencias y un manual de políticas de calidad y servicio al cliente, así como normas de higiene y seguridad industrial, debido al desinterés generalizado por parte de la comunidad y a la escasez de formación en tales temáticas en cada uno de los municipios.

5. RECOMENDACIONES

Es necesario crear un ente en el corredor turístico Ipiales – Tumaco, que se encargue de la organización del sector turístico para el aprovechamiento de sus recursos en función de la comunidad.

Es competencia del gobierno local y nacional comprometerse con la adopción de políticas que frenen la inseguridad en el corredor Ipiales – Tumaco. Con un buen programa de formación en turismo se podría culturizar a la comunidad en cuanto a las incidencias que posee el turismo frente a su región y cual debe ser su compromiso.

Las entidades promotoras de turismo deben diseñar proyectos viables dentro del corredor Ipiales – Tumaco en los cuales se formule la adecuación de las seis variables que maneja el departamento, de manera que se pueda fomentar el turismo en tal región. Mediante investigaciones de mercado se deben identificar los nichos del corredor, para poder diseñar un plan de mercadeo acorde a sus exigencias.

Es necesario mantener un registro de la planta turística, como parte de la oferta del Corredor, que sirva de base para la planificación de la actividad así como el promover el mejoramiento de la calidad de los servicios. Es primordial el manejar un sistema de información, estadísticas sobre el movimiento de turistas, calidad y composición de los atractivos, entre otros.

La infraestructura vial presenta un pésimo estado, el cual puede ser frenado mediante la ejecución del Plan Vial 2005 y mediante la gestión por parte de las alcaldías locales hacia la adecuación de las vías que no son incluidas en dicho plan.

La Iniciativa de la creación del Teleférico de Las Lajas es un proyecto que podría incentivar en gran medida el corredor Ipiales – Tumaco, si es ejecutado en un plazo considerable; Este proyecto requiere de la unificación de esfuerzos de entidades públicas del orden nacional como regional, así como de las autoridades eclesiásticas.

Las entidades ambientales además del cumplimiento de sus funciones, deben relacionarse directamente con el sector turístico del departamento, estableciendo proyectos eco turísticos que aseguren el desarrollo de un turismo sostenible.

Es necesario que en los planes de desarrollo y en los planes de ordenamiento territorial o esquemas de ordenamiento territorial para los municipios mas pequeños, se formulen políticas y proyectos de carácter turístico.

En el caso del municipio de Tumaco, el cual posee su propia oficina de turismo, esta debe integrarse al propósito del turismo a nivel departamental y no solo local, uniendo esfuerzos con las instituciones educativas y demás entidades relacionadas con el sector.

Es preciso que exista un mayor compromiso por parte de las directivas de la Universidad de Nariño en cuanto al apoyo de proyectos que como el presente estudio, contribuye con el desarrollo de la región, mediante recursos financieros y logísticos, así como esfuerzos interdisciplinarios para la consecución de estos logros.

BIBLIOGRAFIA

BOLAÑOS, Álvaro. Corporación autónoma regional para el desarrollo de Nariño, Corponariño 1985-1990. Ed. Ambiental.

CANTÓ DELGADO, Humberto. Desarrollo de una cultura de calidad. Mc Graw Hill, 2002.

CÁRDENAS TABARES, Fabio. La segmentación del mercado turístico. Editorial Trillas, 2003.

CONVENIO ADEL – SENA . Programa de gerencia en marketing turístico. San Juan de Pasto, 2005.

CORTES BURBANO, Sandra Milena. Identificación del potencial eco turístico del departamento de Nariño y realización del diagnostico estratégico para el sitio seleccionado con mayor posibilidad de desarrollo. Universidad de Nariño, 2005.

DE LA TORRE PADILLA, Oscar. El turismo fenómeno social. Fondo de Cultura Económica, 1980.

DELGADO BURBANO, Dalia Rosa y USAPUD ERAZO, Gloria Mercedes. Propuesta para el fortalecimiento organizacional del volcán Galeras como alternativa de desarrollo local. Universidad de Nariño, Pasto 2004.

DIARIO DEL SUR – Pasto.

DIRECTORIO COMERCIAL Y TELEFÓNICO, Ipiales 2005.

DIRECTORIO COMERCIAL Y TELEFÓNICO, Tumaco 2005.

DIRECTORIO TELEFÓNICO DE NARIÑO 2002 - 2003.

DUEÑAS NARVÁEZ, José Vicente. Nariño 93 años, sinopsis histórica, geográfica, económica y social del departamento de Nariño. Ed. Kimpres Ltda., Agosto de 1997.

ENCICLOPEDIA TEMA

GALEANO, Víctor Hugo. Guía turística y empresarial, Nariño 100 años. Ed. Fenalco Nariño.

GAVIRIA TRUJILLO, Alejandro y GONZÁLEZ HEREDIA, José María. Guía de rutas por Colombia 2005. Ed. Puntos Suspensivos.

GOBERNACIÓN DE NARIÑO. Plan estratégico de desarrollo turístico de Nariño. Secretaría de Planeación, 2005.

----- . Plan integral de desarrollo turístico de Nariño, 1995.

HENAO, Sofía. Guía turística del mar. Mel Graff Publicidad.

HISTORIA Y CULTURA DE TUMACO.

MARIÑO, Hernando. Planeación estratégica de la calidad. Tercer Mundo Editores, 1993.

MICROSOFT ENCARTA. Biblioteca de consulta, 2005.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Estudio de competitividad del sector turismo, 1998.

MORENO LUZÓN, María D., PERIS, Fernando J. y GONZÁLEZ, Tomás. Gestión de la calidad y diseño de organizaciones. Prentice Hall, 2001

PEACH, Robert W. Manual de iso 9000. Mc Graw Hill, 1999.

PLAN BÁSICO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, Alcaldía Municipal de Ipiales, 2005.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE IPIALES 2004 – 2007.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE ALDANA 2004 – 2007.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE CUMBAL 2004 – 2007.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE GUACHUCAL 2004 – 2007.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE SAPUYES 2004 – 2007.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE MALLAMA 2004-2007.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE RICAURTE 2003-2006.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE TUMACO 2004-2007.

PLAN DE DESARROLLO REGIONAL PROVINCIA DE OBANDO IPIALES – A.M.O. CORPONARIÑO. Ipiales, noviembre de 1993.

RODRÍGUEZ, Jenny y ZÚÑIGA, Zulima, el turismo en Tumaco, problemáticas y alternativas de desarrollo. Universidad de Nariño, San Andrés de Tumaco, 2003.

UNIGARRO, Ana Cecilia y ZAMBRANO ORDIERES, Hilda María. Diagnóstico del turismo en Nariño y perspectivas de desarrollo económico. Universidad de Nariño, Pasto, 1988.

VALENCIA CARO, Jorge. Diccionario básico de turismo. Ed. Linotipia Bolívar, Bogotá, 1995.

NETGRAFÍA

www.pasto.com

www.tiempo.terra.com.co

www.umariana.edu.co

www.colombialink.com

www.world.guide66.com/southamerica/colombia/ipiales

www.ipitimes.com/turismo.htm

www.bancomodelarepublica.com.co/tumaco

www.comunidadandina.org

www.mincomercio.gov.co

www.idct.gov.co

www.mcx.es/turismo/infopais/colombia/Colombia.htm

www.starmeda/monografias/turismo.com

www.quindioturismo.com

www.humboldt.org

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1 Lugares seleccionados para ecoturismo en Nariño

LUGAR	UBICACIÓN	PUNTAJE
Volcán Azufral	Sapuyes, Túquerres, Mallama, Santacruz	86.6
Santuario de Flora y Fauna Galeras	Pasto, Nariño, La Florida, Sandoná, Consacá, Ospina, Guachucal	81.5
Páramo Paja Blanca	Pupiales, Sapuyes, Iles, Contadero, Gualmatán, Ospina, Guachucal	73.6
Humedal Villa Vista del Rosal	Vereda Villa Vista del Rosal, municipio de Aldana	70.3
Reserva Natural los Guayacanes Llano Verde	Vereda las Animas, corregimiento El Pedregal, municipio de Imués	67.9
La Cocha	Corregimiento el Encano, municipio de Pasto	67.0
Complejo Volcánico Doña Juana	La Cruz, San Pablo, San Bernardo, el Tablón.	66.8
Humedal Ciénaga Larga	Vereda Chaquilulo, municipio de Aldana	65.2
Parque Natural Sanquianga	Mosquera, el Charco, La Tola y Olaya Herrera	63.3

Fuente: CORTES BURBANO, Sandra Milena. Identificación del potencial eco turístico del departamento de Nariño y realización del diagnóstico estratégico para el sitio seleccionado con mayor posibilidad de desarrollo. Universidad de Nariño, 2005.

Anexo 2 Manifestaciones artísticas del municipio de Guachucal

Cant.	Grupo	Nombre
6	Danzas	Tasaska, Raíces Andinas, Intiuasi, Danzas Colegio San José, Danzas Colegio Genaro León y Danzas Vereda Guan Puente Alto.
2	Música Andina	Quimbaya y Cristal de los Andes
3	Bandas de música Popular	Banda Bolívar, Banda Santa Cecilia y Banda Aires de mi Pueblo
5	Música Campesina	Hermanos Calpa, Ecología Tropical, Integración Latina, Sol de los Pastos y Trío Sacramento.
1	Infantil Música Andina	Guayary
2	Tríos	Trío Alcalá y Trío Los Cristales

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Guachucal 2004 - 2007

Anexo 3 Formato entrevista dirigida a secretaría de planeación departamental

1. Información personal:
Nombre: _____ Cargo: _____
Dependencia: _____ Fecha: _____
2. Qué sitios turísticos del corredor Ipiales-Tumaco contribuyen con el crecimiento económico de la región?
3. Qué proyectos se han adelantado en el campo del turismo en tales municipios y cuál ha sido el nivel de participación de la comunidad?
4. Qué lugares de valor turístico podría destacar de tales municipios?
5. Cuáles son los atractivos naturales con que cuentan estos municipio?
6. Existe una adecuada promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que poseen los municipios, que medios utiliza?
7. Que funciones (tareas) administrativas realiza esta entidad en relación con el turismo de los municipios?
8. Existen actualmente proyectos de inversión para fomentar el turismo, con que entidades?
9. Como se lleva a cabo el plan de ordenamiento territorial para los servicios públicos de los municipios (alcantarillado, acueducto, energía eléctrica)?

Anexo 4 Formato entrevista dirigida a entidades promotoras de turismo

1. Información personal:
Nombre: _____ Cargo: _____
Sector: _____ Razón social: _____
Dirección comercial: _____ Tel: _____
2. Cuáles son las funciones que desempeña esta entidad?
- 3.Cuál es la estructura organizacional de esta entidad?
4. Qué políticas corporativas manejan respecto al sector turístico en el departamento?
5. Realiza esfuerzos conjuntos con otra entidades para promover el desarrollo turístico del departamento (mediante inversiones, financiación, promoción, información, etc.)?
6. Cuales departamentos son los principales competidores para Nariño en cuanto a turismo, por qué?
7. Se han determinado los nichos de mercado para los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco?
8. Cómo se realiza la promoción de los atractivos turísticos de tales municipios?
9. Qué proyectos se han adelantado en los últimos años para los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco?

10. Cuales son los atractivos turísticos de tales municipios, que tienen reconocimiento a nivel departamental, nacional e internacional?
11. Cómo evalúa la capacidad en infraestructura turística (hospedaje, alimentación, recreación) en los municipios del corredor?

Anexo 5 Formato entrevista dirigida a entidades ambientales

1. Información personal:
Nombre: _____ Cargo: _____ Tel: _____
2. Qué actividades realiza esta entidad?
3. Qué políticas institucionales y de divulgación posee la entidad con respecto al sector turístico?
4. Qué requisitos se exige para la aprobación de proyectos de turismo (parques naturales)?
5. La empresa tiene convenios con entidades públicas y privadas encaminadas a fortalecer el sector turístico?
6. Describa los aspectos geográficos y de biodiversidad que hacen atractivas las regiones que conducen al mar? (Clima, pisos térmicos, relieve, flora, fauna)
7. Qué proyectos manejan actualmente en los municipios del corredor Ipiales-Tumaco?
8. Cuales son los atractivos turísticos naturales del corredor Ipiales-Tumaco?

Anexo 6 Formato entrevista dirigida a entidades gremiales

1. Información personal:
Nombre: _____ Cargo: _____
Sector: _____ Razón social: _____
Dirección comercial: _____ Tel: _____
- 2.Cuál es la actividad a la que se dedica esta entidad?
3. Qué criterios se deben tener en cuenta para contratar al personal de los establecimientos que pertenecen a éste gremio?(Capacitación, destrezas, habilidades, formación, experiencia).
4. Como se maneja la estructura tarifaría en las diferentes temporadas?
5. Cómo se realiza la promoción de los servicios que prestan los establecimientos de los municipios correspondientes al corredor Ipiales-Tumaco?
6. Cómo evalúa la capacidad en planta física turística (hospedaje, alimentación, recreación) en los municipios del corredor?
7. Con que recursos tecnológicos cuentan los establecimientos de los municipios del corredor Ipiales-Tumaco para atender a los turistas?
8. Qué proyectos se están manejando en el momento que crea favorezcan el sector turístico del corredor?

9. El gremio ha realizado convenios con entidades de carácter oficial o privado para fortalecer su actividad económica con respecto al turismo en tales municipios?

Anexo 7 Formato entrevista dirigida a alcaldías municipales

1. Información personal:
Nombre: _____ Municipio: _____
Cargo: _____ Nivel académico: _____
2. Cuáles son los atractivos naturales con que cuenta este municipio?
3. Cuáles son las manifestaciones culturales de su municipio que más se destaquen (Étnica, musical, gastronómica, festividades, eventos, historia)?
4. Qué proyectos dentro de su plan de desarrollo pueden fomentar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio?
5. Qué políticas institucionales manejan con respecto al turismo?
6. Qué iniciativas a tomado esta entidad para contrarrestar el problema de la inseguridad social?
7. En su municipio se han desarrollado proyectos relacionados con turismo donde actué gran parte de la comunidad?
8. Se han asociado entidades oficiales y privadas (universidades, sena, laboratorio de diseño....) para generar desarrollo turístico en su región?
9. Cómo se maneja la capacitación en cuanto a atención al turista en su municipio y que temáticas abarca (atención al cliente)?
12. Cómo evalúa la capacidad en infraestructura turística (hospedaje, alimentación, recreación) de este municipio?
13. Qué tipo de investigaciones se han adelantado para mejorar los productos que se ofrecen a los turistas?(artesánías, gastronomía)
14. Existe una adecuada promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que posee su municipio, que medios utiliza?
15. Qué características tienen los turistas (nacionales y extranjeros) que visitan su municipio?

Anexo 8 Formato entrevista dirigida a secretarías municipales de planeación

1. Información personal:
Nombre: _____ Municipio: _____
Cargo: _____ Nivel académico: _____
2. Cuáles son los atractivos naturales con que cuenta este municipio?
3. Cuáles son las manifestaciones culturales de su municipio que más se destaquen (Étnica, musical, gastronómica, festividades, eventos, historia)?

4. Qué proyectos dentro de su plan de desarrollo pueden fomentar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del municipio?
5. Qué políticas institucionales manejan con respecto al turismo?
6. Qué iniciativas a tomado esta entidad para contrarrestar el problema de la inseguridad social?
7. En su municipio se han desarrollado proyectos relacionados con turismo donde actué gran parte de la comunidad?
8. Se han asociado entidades oficiales y privadas (universidades, sena, laboratorio de diseño....) para generar desarrollo turístico en su región?
9. Cómo se maneja la capacitación en cuanto a atención al turista en su municipio y que temáticas abarca (atención al cliente)?
16. Cómo evalúa la capacidad en infraestructura turística (hospedaje, alimentación, recreación) de este municipio?
17. Qué tipo de investigaciones se han adelantado para mejorar los productos que se ofrecen a los turistas?(artesanías, gastronomía)
18. Existe una adecuada promoción a nivel departamental y nacional de los atractivos que posee su municipio, que medios utiliza?
19. Qué características tienen los turistas (nacionales y extranjeros) que visitan su municipio?
20. En su región que porcentaje del presupuesto municipal proviene de actividades relacionadas con el turismo?

Anexo 9 Entrevista dirigida a casas de cultura municipal

1. Información personal:
 Nombre: _____ Cargo: _____
 Dependencia: _____ Nivel académico: _____
2. Cuáles son las funciones que realiza por efecto de su cargo?
3. Cuáles son las manifestaciones culturales de su municipio que más se destaquen (Étnica, musical, gastronómica, festividades, eventos, historia)?
4. Que sitios podría destacar por su belleza paisajística, cultural, histórica, recreativa, etc.?
5. Qué proyectos ha realizado para promover el desarrollo cultural de su municipio?
6. Cómo evalúa la atención al turista por parte de los habitantes de su municipio?
7. Qué características tienen los turistas (nacionales y extranjeros) que visitan su municipio?
8. Qué productos (artesanías, gastronomía...) son innovadores para los visitantes y turistas?

Anexo 10 Formato de encuestas dirigidas a establecimientos

- Municipio: _____ Fecha: _____
1. Empresa: _____
 2. Actividad económica: a.) Restaurante ____ b.) Hotel ____
 3. Cuanto tiempo lleva funcionando este establecimiento?: a.) <1 año ____ b.) 1-5 ____
c.) 6-10 ____ d.) 11-15 ____ e.) 16-20 ____ f.) 21-25 ____ g.) 26-30 ____ h.) >30 ____
 4. Cuántas personas le caben a su establecimiento (capacidad)?: _____
 5. Cuántas personas atiende en promedio (colocar número)?:
En semana ____ b.) Fin de semana ____
 6. Qué días de la semana atiende mayor número de personas?:
a.) Lun ____ b.) Mar ____ c.) Mier ____ d.) Jue ____ e.) Vie ____ f.) Sab ____
g.) Dom ____ h.) ninguno ____ i.) De Lun a Vie ____ j.) Fin de semana ____
 7. En que temporada del año recibe más clientes?:
a.) Vac. Fin de año ____ b.) Vac. mitad de año ____ c.) Semana Santa ____
d.) Festividades y eventos ____ f.) Mayoría tempor. ____ g.) Ninguna ____
 8. Los clientes que llegan a su establecimiento son: (enumere 1, 2 y 3 en orden de importancia) a.) Extranjeros ____ b.) Nacionales ____ c.) Regionales ____
 9. Que criterios tiene en cuenta para contratar el personal de su establecimiento?:
a.) Experiencia ____ b.) Competencias ____ c.) Afinidades ____
d.) Personalidad ____ e.) Mayoría criterios ____ f.) N/A ____
 10. Tiene conocimiento sobre normas de higiene y seguridad industrial?:
a.) Si ____ b.) No ____
(Si la respuesta es Si, favor contestar desde la pregunta 11., de lo contrario desde la 12.)
 11. Cuáles normas aplica en su establecimiento?
a.) Higiene ____ b.) Seguridad ____ c.) Manuales de H y S.I. ____
 12. Tiene buzón de sugerencias para sus clientes?: a.) Si ____ b.) No ____
 13. Cuándo quiere mejorar el servicio que presta, que criterios tiene en cuenta?:
a.) Sugerencias del personal ____ b.) Competencia ____
c.) Sugerencias de los clientes ____ d.) Últimas tendencias ____
 14. Tiene políticas de calidad y servicio al cliente: a.) Si ____ b.) No ____
(Si la respuesta es Si, favor contestar desde la pregunta 15., de lo contrario desde la 16.)
 15. Cuáles son estas políticas?
a.) Buena atención ____ b.) Complacer al cliente ____ c.) Manuales Cal. y Ser. al Cl. ____
 16. En qué porcentaje los usuarios que atiende son: a.) Turistas ____ b.) Trabajadores ____
 17. Promociona su negocio?: a.) Si ____ b.) No ____
(Si la respuesta es Si, favor contestar desde la pregunta 18., de lo contrario desde la 19.)
 18. Qué medio utiliza?:
a.) Volantes ____ b.) T.V. ____ c.) Prensa ____ d.) Radio ____
e.) Dir. Telefónico ____ f.) Tarjetas ____ g.) Convenios ____ h.) Web ____
i.) Cartelera y Revistas ____ j.) Vallas ____ k.) Patrocinio ____
 19. Como evalúa el estado de la(s) vía(s) de acceso a su establecimiento?:
E.) Excelente ____ B.) Buena ____ R.) Regular ____ M.) Mala ____
 20. Su establecimiento se ha asociado con otra empresa para mejorar su servicio? Si- No
(Si la respuesta es Si, favor seguir contestando la encuesta., de lo contrario termine.)
 21. Qué tipo de empresa?:
a.) Del mismo Negocio ____ b.) Proveedores ____ c.) Comercializadores ____
d.) Investigadores ____ e.) gremio ____ f.) Hot/Res ____ g.) Distinto negocio ____

Anexo 11 Encuesta dirigida a agencias de viaje

1. Información personal:

Ciudad: _____ Cargo: _____ Razón social: _____
 Nivel académico: _____ Fecha: _____

2. Qué aspectos tienen en cuenta para incluir un destino determinado dentro de sus paquetes turísticos? (Enumere 1, 2 y 3 en orden de importancia)

a.) Atractivos conocidos _____ b.) Belleza de Atractivos _____ c.) Vías de acceso _____
 d.) Número de visitantes _____ e.) Seguridad _____ f.) Asociatividad _____
 g.) Inversión _____ h.) Infraestructura _____ i.) Capacitación _____
 j.) Promoción _____ k.) Otro _____ Cuál? _____

3. Posee planes que incluyan sitios dentro del departamento, cuáles? Si ___ No ___

a.) Volcán Galeras _____ b.) Reserva Natural La Planada _____
 c.) Laguna de la cocha _____ d.) Volcán Nevado de Chiles _____
 e.) Laguna de Cumbal _____ f.) Nevado Cumbal _____
 g.) Laguna Coba Negra _____ h.) Volcán azufral _____
 i.) Santuario de las Lajas _____ j.) Virgen de la Playa _____
 k.) Playa del Morro _____ l.) Playa de Bocagrande _____
 m.) Chachagui _____ n.) Remolino _____
 o.) Otro _____ Cuál? _____

[Si maneja planes dentro de los municipios de Ipiales, Aldana, Cumbal, Guachucal, Sapuyez, Mallama, Ricaurte, Barbacoas y Tumaco, responder desde la pregunta 4.); de lo contrario desde la 5.)]

4. Qué servicios ofrecen en los planes turísticos que manejan el corredor Ipiales-Tumaco?

a.) Alimentación _____ c.) Visitas Guiadas _____ e.) Alojamiento _____
 b.) Seguros _____ d.) Refrigerios _____ f.) Transporte _____
 g.) Otro _____ Cuál? _____

5. Cómo califica los siguientes sitios turísticos de los municipios?

Excelente (E), Bueno (B), Regular (R), Malo (M), No sabe / No responde (NR)

a.) Santuario de las Lajas _____ b.) Nevado Cumbal _____
 c.) El puente de Rumichaca _____ d.) Volcán Azufral _____
 e.) Bco de la Rep. Museo del Oro _____ f.) Dedo de Dios _____
 g.) La Casa de Cultura Ipiales _____ h.) Reserva Natural La Planada _____
 i.) Hospital Civil de Ipiales _____ j.) Reserva Natural Río Nambí _____
 k.) Patinódromo _____ l.) Reserva Natural Biotopo _____
 m.) Volcán Nevado de Chiles _____ n.) Playa del Morro _____
 o.) Laguna de Cumbal _____ p.) Playa de Bocagrande _____
 q.) Otro _____ Cuál? _____

6. Qué medio utiliza para promocionar los atractivos turísticos del departamento?

a.) Volantes _____ b.) Prensa _____ c.) Dummies _____ e.) Televisión _____ d.) Radio _____
 f.) Vallas _____ g.) Otro _____ Cuál? _____

7. Qué factores limitan la creación de planes dentro del departamento?

a.) Poca demanda _____ b.) Infraestructura vial _____
 c.) Planta física _____ d.) Falta de información _____
 e.) Falta de información _____ f.) Seguridad _____
 g.) Lugares poco atractivos _____ h.) Otro _____ Cuál? _____

Anexo 12 Formato encuesta dirigida a expertos

1. Información personal:

Nombre: _____ Nivel académico: _____

Razón social: _____ Tel: _____ Fecha: _____

2. Qué factores influyen de manera directa en la preferencia del turista por determina región o sitio turístico? (Enumere 1, 2 y 3 en orden de importancia)

- a.) Atención al cliente _____ b.) Seguridad _____ c.) Paisajes _____
 d.) Festividades y eventos _____ e.) Costos _____ f.) Infraestructura _____
 g.) Agremiación turismo _____ h.) Planta física _____ i.) Centros recreacionales _____
 j.) Medios de transporte _____ k.) Otros _____ Cuáles? _____

3. Cómo califica los siguientes aspectos del turismo en el departamento de Nariño?

Excelente (E), Bueno(B), Regular (R), Malo (M), No sabe / No responde (NR)

- a.) Atención al cliente _____ b.) Seguridad _____ c.) Paisajes _____
 d.) Festividades y eventos _____ e.) Costos _____ f.) Infraestructura _____
 g.) Agremiación turismo _____ h.) Planta física _____ i.) Centros recreacionales _____
 j.) Medios de transporte _____ k.) Otros _____ Cuáles? _____

4. Qué municipios conoce del corredor Ipiales –Tumaco?

- a.) Ipiales _____ b.) Aldana _____ c.) Guachucal _____ d.) Cumbal _____ e.) Sapuyes _____
 f.) Mallama _____ g.) Ricaurte _____ h.) Barbacoas _____ i.) Tumaco _____

5. Con respecto a los municipios que conoce, indique los dos principales tipos de turismo que se puede explotar? (Por favor escriba las letras a la que corresponde los tipos de turismo que desea enunciar)

Ipiales _____	Aldana _____	Guachucal _____
Cumbal _____	Sapuyes _____	Mallama _____
Ricaurte _____	Barbacoas _____	Tumaco _____

- a.) Turismo de pueblos b.) Turismo de sol y playa c.) Turismo ciudadano
 d.) Agroturismo e.) Turismo de aventura f.) Turismo religioso
 g.) Turismo temático h.) Ecoturismo i.) Etnoturismo j.) Ninguno

6. Qué nichos de mercado eligen el corredor turístico Ipiales – Tumaco?

- a.) Aventureros _____ b.) Ecologistas _____ c.) Investigadores _____
 d.) Peregrinos _____ e.) Excursionistas _____ f.) Comerciantes _____

7. Qué tipo de medios se pueden utilizar para promocionar los atractivos turísticos con que cuenta el corredor Ipiales-Tumaco a nivel regional y nacional?

- a.) Radio _____ b.) T.V. _____ c.) Dummies _____ d.) Vallas _____
 e.) Brochures _____ f.) Pag. Amarillas _____ g.) Páginas web _____ h.) Eventos y Ferias _____
 i.) Otros _____ Cuáles? _____

8. Considera que hay asociatividad entre las empresas relacionadas con el turismo en el departamento de Nariño? a.) Si _____ b.) No _____ c.) NS/NR _____

Si la respuesta es no, por qué?

- a.) No existe gestión por parte de los organismos gubernamentales _____
 b.) Falta de compromiso de las empresas relacionadas con el turismo _____
 c.) Desconfianza _____
 d.) Por los intereses particulares _____
 e.) Otros _____ Cuáles? _____

9. Cuáles son las principales ciudades competidoras para Nariño en cuanto a turismo de naturaleza? (Enumere 1 y 2 en orden de importancia)

- a.) Amazonas _____ b.) Eje cafetero _____ c.) Llanos Orientales _____
 d.) Zipaquirá _____ e.) Parque Tairona _____ f.) P. San Agustín _____
 g.) Guajira _____ g.) Otro _____ Cuál? _____

10. Cómo evalúa la organización turística en Nariño? E _____ B _____ R _____ M _____

Anexo 13 Categorización de los atractivos turísticos del corredor Ipiales - Tumaco

Sitios naturales:

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	Km.								Vía Acceso
CANON DEL RIO GUÁITARA	Ipiales	Ipiales	10		Permanente	2.800	13	Altiplano	Bosque andino, paisaje montaña, medianamente intervenido, bordea el Río Guáitara desde su nacimiento hasta su desembocadura.	2	Si
CASCADA DE LA HUMEADORA	Ipiales	Ipiales	25		Permanente	2.800	12	Ríos	Con una caída de 180 mts. de altura, con caudal abundante, de coloración verde y transparente. Atrae el turismo exótico.	2	No
PUENTE NATURAL DE RUMICHACA	Ipiales	Ipiales	0		Permanente			Montaña	En voz Quecha significa "puente natural de piedra", formado de un bloque calcáreo, silíceo prensado entre dos paredes graníticas. Sobre Río Guáitara o Carchi, marca frontera entre Colombia y Ecuador.	2	No

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES													
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS							
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso			Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática							
CASCADA LAS LAJAS	Ipiales	Ipiales	7	*	*	*	Permanente	2.800	15	Ríos	Bosque andino, frío, paisaje de montaña, cañones, muy intervenido, aguas verdes transparentes y frías.	1	No
LA VICTORIA	Ipiales	Ipiales	10	*	*	*	Permanente	2.550	15	Altiplanicie	Incidencia vientos amazónicos. Zonas altas de las cuencas, presencia de bosque nativo; variedad de flora y fauna.	2	Si
CERRO FRANCES	Ipiales	Ipiales	12	*	*	*	Permanente	3.100		Montaña	Vegetación de páramo como frailejón y paja. Ampliación de la frontera agrícola con presencia de algunos cultivos de papa.	1	Si
PARAMO EL PALACIO	Ipiales	Ipiales	25	*	*	*	Permanente	3.300		Montaña	Vegetación de páramo como frailejón y paja. Suelos húmedos ácidos por influencia de vientos del pie de monte amazónico. Contaminación por agroquímicos.	1	Si

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES													
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS							
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso			Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática							
CERRO NEGRO	Ipiales	Ipiales	15	*	*	*	Permanente			Montaña	Presencia de vegetación de páramo como frailejón. Contaminación por agroquímicos.	2	Si
TERMALES DE RUMICHACA	Ipiales	Ipiales	0	*	*	*	Permanente			Ríos	Centro recreacional Puente Viejo.	1	No
HUMEDAL CIENAGA LARGA	Aldana	Aldana	4	*	*	*	Permanente	4.300		Lago	Complejo hidrológico con gran rareza y representatividad de flora y fauna.	1	No
HUMEDAL VILLA VISTA DEL ROSAL	Aldana	Aldana	2	*	*	*	Permanente			Lago	Cuerpo lagunar con gran endemismo.	1	No
CERRO GORDO	Aldana	Aldana	3	*	*	*	Permanente	4.700		Montaña	Lugar donde se tejen leyendas de rituales en sus granizadas. Desde allí se divisa el panorama de la exprovincia de Obando. En sus faldas se encuentra la vereda Chorrillo.	2	No
RIO BLANCO	Aldana	Aldana	1	*	*	*	Permanente	4.600		Río	Nace en las estribaciones de los nevados Cumbal y Chiles en la cordillera occidental. Es la fuente hídrica más grande de la localidad.	1	No

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso	Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °C	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km								
NEVADO DE CHILES	Cumbal	Cumbal	30	*	Verano	4.748	1	Montaña	Paisaje montañoso, nieve perpetua, poco intervenido, vegetación escasa. Frontera Colombo-Ecuatoriana, acceso difícil, visible en verano, allí nació el río Guaitará.	2	Si
LAGUNA DE LA BOLSA	Cumbal Guachuca	Cumbal	10	*	Permanente	4.200	10	Lagos	Peces, paisajes, colinas, poco intervenido, vegetación escasa de páramo, vía regular estado, pesca de trucha arcoiris, aguas grises, transparentes, frías, no hay oleaje, playas con grama hasta el agua.	2	Si
NEVADO DE CUMBAL	Cumbal	Cumbal	20	*	Verano	4.764	1	Montaña	Paisaje montañas, colinas, valles, poco intervenido. Vegetación de páramo, difícil acceso.	3	Si

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES													
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS							
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso			Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °C	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática							
LAGUNA DE CUASPUD	Cumbal	Cumbal	10	*			Permanente			Lago	Lugar poco intervenido, con gran biodiversidad.	1	Si
LAGUNA DE CUASTUL	Cumbal	Cumbal	11	*			Permanente			Lago	Paisaje de exuberante belleza.	1	Si
LAGUNA DE MARPI	Cumbal	Cumbal	13	*			Permanente			Lago	Aguas grisáceas con escasa vegetación.	1	Si
PÁRAMO PAJA BLANCA	Guachuca Sapuyes	Sapuyes Sapuyes	15	*	*		Verano	3.300		Montaña	Localizada en el Nudo de los Pastos, con gran biodiversidad.	2	No
CERRO DE COLIMBA	Guachuca	Guachuca	8	*	*		Permanente	4.000	11	Montaña	Con apariencia piramidal, lugar apto para la práctica de parapente. En cuya cima se teje la leyenda del dios Iboag.	2	No
CERROS GRANIZO Y CUASAQUER	Guachuca	Guachuca	7	*	*		Permanente	3.087	11	Montaña	Junto con el de Colimba, son cerros que se asemejan a las pirámides egipcias y presentan un gran potencial ecoturístico.	1	No
TERMALES EL SALADO	Sapuyes	Sapuyes	2		*		Permanente			Ríos	Lugar de recreación de habitantes del casco urbano.	1	No

CATEGORÍA SITIOS NATURALES:												
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso			Altitud	Temp °C	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática						
VOLCÁN AZUFRAL	Sapuyes Mallama	Tuquerres	60	*	*	*	4.070	7.8	Montaña	Volcán cordillera Occidental entre municipios Sapuyes, Tuquerres, Santacruz y Mallama, en la cima hay tres lagunas: La negra, blanca y verde curiosidad natural, su nombre se debe a la gran cantidad de azufre en su cráter.	2	Si
CHAMBU	Mallama	Piedrancha	40	*	*	*	3.600	6	Altiplanicie	Donde nace la obra literaria "CHAMBU" y la reconocida canción "CHAMBU DE MI VIDA".	1	No
DEDO DE DIOS	Mallama	Guaisés	45	*	*	*		13	Montaña	Es admirado por su imponentia y su connotación histórica, bordeado en su totalidad por espesos bosques nativos ricos en flora y fauna. Su nombre correcto es Cerro Gualcalá.	1	Si
CASCADA LOS CEDROS Y ALTOZANO	Mallama	Piedrancha	15	*	*	*			Cascada	Ubicada en la vereda Betania, admiradas por su belleza natural y su riqueza hídrica.	1	Si

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES											
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS					
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso	Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km								
LA CHORRERA	Mallama	Piedrancha	1	*	Permanente	1.000	21	Cascada	Sitio de recreo de los lugareños, en el cual se tejen leyendas de duendes.	1	No
EL TABLON	Mallama	Piedrancha	3	*	Verano			Cascada	Sus aguas caen al vaivén del viento; posee su playa de arena.	1	No
RESERVA NAT. EL GUALCALÁ	Mallama	Piedrancha	7	*	Permanente	3.750	9	Parque nal.	Su vegetación es particular, con una amplia gama de especies que otorgan al municipio belleza paisajística, riqueza hídrica, aire puro, atractivos para el turismo ecológico, descanso, recreación, historia y cultura.	1	Si
RESERVA NAT. EL AZUFRAL	Mallama	Tuquerres	60		Verano	2.965		Parque nal.	De propiedad de Corporación, es un espacio que integra y dinamiza procesos de conservación de la naturaleza.	2	No
RESERVA EL ROLLO	Mallama	Piedrancha	23		Verano	6.468		Parque nal.	Posee gran riqueza y diversidad de flora y fauna.	1	Si

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES													
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS							
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso			Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática							
RESERVA BETANIA	Mallama	Piedrancha	20			Verano			Parque nal.	Zona en proceso de declaratoria de reserva natural, con gran importancia ambiental.	1	Si	
RESERVA PUEBLO VIEJO	Mallama	Piedrancha	13			Permanente	1.900		Parque nal.	Banco genético de flora y fauna, donde se desarrollan investigaciones biológicas.	1	Si	
LA NARIZ DEL DIABLO	Mallama	Piedrancha	5		*	Permanente			Montaña	Roca fuerte de Nuestra Señora de las Lajas, donde muchas vidas se perdieron en la realización del trazado y apertura de la carretera - Pasto Tumaco.	2	No	
PIEDRA ANCHA	Mallama	Piedrancha	0	*		Permanente	1.000	21	Río	Ubicada sobre el río Guabo. Es histórica debido a que servía de lugar de descanso de los viajeros que se dirigían hacia Barbacoas.	2	No	

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES												
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso	Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	km									Carretera
TERMALES DE GUAISÉS	Mallama	Piedrancha	55	* *	Verano			Río	Procedentes del Volcán Azufral y que emergen formando vados en la quebrada.	1	Si	
DOS RÍOS	Mallama	Piedrancha	15	* *	Permanente			Río	Sitio donde se unen los ríos Miraflores y El Guabo, para formar el Río Guiza, su nombre atractivo deriva de su utilización como balneario natural.	1	Si	
LOMA DE LA CRUZ	Mallama	Piedrancha	2	*	Verano	1.809		Montaña	Cerro ubicado cerca de Piedrancha, desde el cual en días despejados se puede observar la mayor parte del municipio.	1	Si	
LAS LAGUNAS	Mallama	Piedrancha	13	*	Permanente			Laguna	Comprende dos lagunas naturales que se ubican en la vereda Pueblo Viejo.	1	Si	

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES												
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso	Meses Accesibilidad	Altitud °C	Temp °C	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	km									Sendero
PENA BLANCA	Mallama	Piedrancha	15	*	Permanente			Montaña	Peña que se encuentra sobre la carretera principal, se asemeja al teclado de un piano.	1	Si	
RESERVA NATURAL LA PLANADA	Ricaurte	Chucunés (Mallama)	9	*	Permanente	1.700		Parque nal.	En sus 3.300 hectáreas de extensión, la reserva guarda especies endémicas, tales como el oso de anteojos, y variedad de anturios, orquídeas, bromelias y palmas.	3	Si	
CHORRERA DEL AMOR	Ricaurte	Ricaurte	6	*	Permanente			Cascada	Punto de encuentro de los enamorados.	1	Si	
BALNEARIO DE CARTAGENA	Ricaurte	Ricaurte	1	*	Verano			Ríos	Balneario natural sobre el río Guiza.	2	No	
RESERVA NATURAL RIO ÑAMBÍ	Barbacoas	Altaquer	8	*	Permanente	1.500		Parque nal.	Recorrido de 22,5 km de una exuberante vegetación y gran variedad de fauna. Se ha comprobado que existen 42 especies de hormigas, además de una nueva especie de ave para la ciencia (Vireo Masteri).	2	Si	

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES										
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS					
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Municipalidad	Altitud	Temp °C	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Verarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km							
		Vía Acceso			Meses Accesibilidad					
		Sendero	Carretera	Acuática						
RESERVA NAT. BIOTOPO	Barbacoas	El Diviso	0	*	Permanente	400	Parque nal.	Selva húmeda, refugio de oxígeno siempre verde, con intenso aroma a leche de sande. Ofrece vegetación, ríos y quebradas; eco baño ritual de purificación y maloca como albergue.	2	Si
RESERVA NAT. EL PANGÁN	Barbacoas	Junin	10	*	Permanente	670	Parque nal.	Tiene aprox. 1.000 Hectáreas. Es posible encontrar bosque primario, bosque secundario, donde se han identificado 200 especies de aves.	1	Si
ISLA DEL MORRO	Tumaco	Tumaco	3	*	Permanente	0	T. Insular	Sitio de veraneo y arrulllos marinos.	3	No
BALNEARIO SAN JUAN DE LA COSTA	Tumaco	Tumaco	10	*	Permanente		Costa	Piscina natural con cierto grado de oleaje.	1	No
ISLA DE BOCAGRANDE	Tumaco	Tumaco	30	*	Permanente	0	T. Insular	Bosque natural, fauna íctica, paisaje de costa, playas, mar, poco intervenido, vegetación vistosa, fondo bajo, escasa planta física, aguas azules, frías.	2	No

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES											
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS					
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso		Meses Accesibilidad	Altitud °c	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera						
EL ARCO	Tumaco	Tumaco	3	*	*	Permanente		Montaña	Arco natural con singular belleza.	2	No
EL QUESILLO	Tumaco	Tumaco	3		*	Permanente		Montaña	Peña ubicada frente a la playa del Morro.	2	No
CUEVAS DE MORGAN	Tumaco	Tumaco	3	*	*	Permanente		Montaña	Ubicada detrás del Morro. La ruta dentro de estas cuevas en forma de laberinto se hace a la luz de una vela a 70 mts bajo la roca; se conocen ocho formas antropomorfas talladas.	1	No
ISLA DEL VIUDO	Tumaco	Tumaco	45		*	Permanente		T. Insular	Playas sembradas de palmeras que invitan al descanso.	1	No
ISLA DE SAN JUAN	Tumaco	Tumaco	38		*	Permanente		T. Insular	Se caracteriza por sus aguas transparentes, arenas plateadas y muy finas.	1	No
CABO MANGLARES	Tumaco	Tumaco	16	*	*	Permanente		Costa	Con gran variedad de vegetación.	1	No
PLAYA DE TERAN	Tumaco	Tumaco	18	*	*	Permanente		Costa	Temperatura agradable y aguas tibias para veranear.	1	No

CATEGORÍA: SITIOS NATURALES											
UBICACIÓN						CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS					
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro más cercano		Vía Acceso	Meses Accesibilidad	Altitud	Temp °C	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km								
		Sendero	Carretera								
PLAYA CHONTAL	Tumaco	Tumaco	15	*	Permanente			Costa	Bosque natural y fauna íctica.	1	No
PLAYA CONGAL	Tumaco	Tumaco	20	*	Permanente			Costa	Paisaje de costa, área poco intervenida.	1	No
ESTERO VAQUERÍA	Tumaco	Tumaco	3	*	Verano			Estero	Se encuentra cerca de Bocagrande, tiene vegetación exuberante presenta playones. Allí se pueden llevar a cabo actividades como la pesca y observar la variedad de aves que sobrevuelan la zona.	1	No
ESTERO PAPAYAL	Tumaco	Tumaco	5	*	Verano			Estero	Sitios especiales para deleitarse y recrearse, localizado a lo largo de la costa nariñense.	1	No
RÍO MIRA	Tumaco	Tumaco	0	*	Verano			Río	Sobre sus ricas y saludables aguas se encuentra una playa natural de piedra; la mas grande se llama Candelillas.	2	No
CASCADA EL TANGAREAL	Tumaco	Tumaco	40	*	Verano			Cascada	Ofrece el mejor Jacuzzi y piscina natural sobre el río Caunapi.	1	No

Bienes Culturales:

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES									
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS				
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro cercano	Vía Acceso		Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
			Sendero	Carretera					
SANTUARIO DE LAS LAJAS	Ipiales	Ipiales	7	*	Permanente 8-12m y 2-6pm	Arq. Relig.	A 2.612 Mts. sobre abismo de mas de 100 mts. de profundidad, templo católico construido hacia 1940 por Lucindo M. Espinosa sobre el cañón del río Guaitará en honor a la aparición de la virgen de la roca, imponente paisaje. Estilo neogótico, se compone de tres naves. Las tres torres terminan en agujas decoradas, toda la estructura es de concreto reforzado, cubierto con granito.	4	No
MUSEO SANTUARIO DE LAS LAJAS	Ipiales	Ipiales	7	*	8-12m y 2-6pm	Antrop.	Exposición de cerámica y objetos de los antepasados.	3	No
MUSEO BCO. DE LA REPUBLICA	Ipiales	Ipiales		*	8-12m y 2-6pm	Antrop.	Museo del Oro que expone joyas valiosas de la cultura Pupiales.	2	No
CASA PINTOR GONZALO RIVERA	Ipiales	Ipiales				Pintura	Patrimonio artístico del municipio	1	No
CABECERA MUN. IPIALES	Ipiales	Ipiales	0	*	Permanente	Ciudad	Segunda ciudad departamento. La ciudad de las nubes verdes	3	No

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia centro cercano	al más			Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
			Nombre Centro	km	Vía Acceso						
					Sendero						Carretera
PARQUE 20 DE JULIO	Ipiales	Ipiales	0	0	0	Permanente	Arq. Hist.	Antes Plaza Mayor o de Boyacá; con estatua a la libertad hecha en 1910 de Doña Antonia Villavicencio, abrevadero colonial, origen del poblado, lo enmarca la catedral, el edificio nacional y la casa derruida donde vivió el polígrafo Juan Montalvo.	2	No	
PARQUE LA POLA	Ipiales	Ipiales	0	0	0	Permanente	Arq. Hist.	Antes Plaza de San Felipe. Monumento a Policarpa Salabarrieta.	2	Si	
PARQUE SANTANDER	Ipiales	Ipiales	0	0	0	Permanente	Arq. Hist.	Antes Plaza de Bolívar. Monumento a Francisco de Paula Santander	2	No	
RESGUARDO DE IPIALES	Ipiales	Ipiales				Permanente	Resguar colonial	Principal actividad económica la agricultura con producción de trigo, cebada, maíz y haba; la población es de 5.539 personas (1997).	1	No	
RESGUARDO YARAMAL	Ipiales	Ipiales				Permanente	Resguar colonial	Han perdido su vestimenta y su principal actividad económica es la agricultura, su población es de 870 personas (1997).	1	No	

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Vía Acceso			Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática					
RESGUARDO SAN JUAN	Ipiales	Ipiales			*		Permanente	Resguard colonial	Su alimentación se basa en cultivos de pan coger como el trigo y la papa, su población es de 1.165 personas (1997).	1	No
RESGUARDO SANTA ROSA	Ipiales	Ipiales			*		Permanente	Resguard colonial	Su economía es de tipo social basado en la naturaleza y subsistencia con una tendencia a la economía de mercado.	1	No
RESGUARDO SUCUMBÍOS	Ipiales	Ipiales			*		Permanente	Resguard colonial	Tienen su propia forma de gobierno y su principal actividad económica es la agricultura.	1	No
RESGUARDO HUMARICANQUE	Ipiales	Ipiales			*		Permanente	Resguard colonial	El sector primario está representado por la agricultura y la ganadería en forma semi intensiva.	1	No
CABECERA MUN. ALDANA	Aldana	Aldana	0		*		Permanente		Disfrute de los telares indígenas.	2	No
RESGUARDO DE PASTAS	Aldana	Aldana						Resguard colonial	Gobernado por un alcalde indígena y tres regidores, una comunidad con rasgos ancestrales con el respeto de un derecho mayor y una jurisdicción especial indígena JEI. Tiene población de 2.402 personas (1997).	1	No

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Vía Acceso			Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km	Sendero	Carretera	Acuática					
CABECERA MUN. GUACHUCAL	Guachucal	Guachucal	0	*		Permanente	Pueblo	Importante centro ganadero con calles rodeadas de casas de colores y techos de paja.	2	Si	
RESGUARDO DE GUACHUCAL	Guachucal	Guachucal	0	*		Permanente	Resguar colonial	Las principales actividades agrícolas son la papa con variedad Morasurco, Icca Nariño, Parda, Tuquerrena. Tienen una población de 3.420 personas (1997).	2	Si	
RESGUARDO DE COLIMBA	Guachucal	Guachucal	5	*		Permanente	Resguar colonial	Poseen uno de los más bellos atractivos que es el Cerro de Colimba donde se practica la minería. Tienen una población de 1.093 personas (1997).	1	Si	
RESGUARDO SAN DIEGO DE MUELLAMUES	Guachucal	Guachucal	5	*		Permanente	Resguar colonial	Su principal actividad económica se basa en la ganadería y agricultura. Tienen una población de 4.010 personas (1997)	1	Si	
PIEDRA DE MACHINES	Cumbal	Cumbal	4	*		Permanente	Arq. Antrop.	Petroglifo donde esta reflejado el Sol de los Pastos.	2	Si	
RUINAS DEL ANTIGUO PUEBLO	Cumbal	Cumbal	2	*		Permanente	Arq. Hist.	Ruinas causadas por el terremoto que se presento en la mayoría de la sabana de Tuquerres.	2	Si	

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES												
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	UBICACIÓN			ACCESO			CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS				
		Distancia al centro más cercano	Acceso público		Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad				
			Nombre Centro	km					Vía Acceso	Días o fecha (hora)		
				Sendero	Carretera	Acuática						
RESGUARDO EL GRAN CUMBAL	Cumbal	Cumbal	0	*	*		Permanente	Resguard colonial	Principal actividad económica la agricultura y ganadería. Tienen una población de 11.448 personas (1997).	2	Si	
RESGUARDO DE CHILES	Cumbal	Cumbal	20	*	*		Permanente	Resguard colonial	Ubicado al sur occidente de Cumbal, población que esta situada en la bella altiplanicie de su nombre, al pie del nevado de Chiles. Tienen una población de 2.784 personas (1997).	1	Si	
RESGUARDO DE PANAN	Cumbal	Cumbal	4	*	*		Permanente	Resguard colonial	Las principales actividades agrícolas son la papa con variedad Morasurco, Ioca Nariño, Parda, Tuquerrena. Tienen una población de 3.339 personas (1997).	1	Si	
RESGUARDO DE MAYASQUER	Cumbal	Cumbal	5	*	*		Permanente	Resguard colonial	Alienación cultural, su principal actividad económica es la ganadería y agricultura.	1	Si	
CABECERA MUN. SAPUYES	Sapuyes	Sapuyes	0	*	*		Permanente	Pueblo	Tiene por conocer los castillos de Guagua de Pan y danzas indígenas de Sapuyes, además de las representativas brujas.	1	No	

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES										
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	UBICACIÓN			ACCESO			CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS		
		Distancia al centro más cercano		Acceso público	Vía Acceso	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	km							Días o fecha (hora)
PIEDRA DE GARA	Sapuyes	Sapuyes	3	3	Permanente	*	Arq. Antrop.	Piedra donde el gran Cacique Sapuyano impartía las órdenes y mandatos.	1	No
PIEDRA DE LOS MONOS	Sapuyes	Sapuyes	3	3	Permanente	*	Arq. Antrop.	Petroglifo donde se encuentran esculpidas figuras representativas de monos	1	No
CABECERA MUN. PIEDRANCHA	Mallama	Piedrancha	0	0	Permanente	*	Arq. Antrop.	Existencia de productos extraídos de la caña como el chapli, vinete. Posee festividades representativas de la región.	2	Si
RESGUARDO EL GRAN MALLAMA	Mallama	Piedrancha	0	0	Permanente	*	Resguardar colonial	Étnia cuya actividad económica principal es la agricultura. Tienen una población de 4.266 personas (1997)	1	Si
PIEDRA DEL MAPA	Mallama	Piedrancha	2	2	Permanente	*	Arq. Antrop.	Consiste en una piedra donde los indígenas grabaron un mapa de su territorio, claramente se observan ríos, quebradas y senderos.	1	Si
CEMENTERIO INDÍGENA	Mallama	Piedrancha	3	3	Permanente	*	Arq. Antrop.	Hace referencia a un cementerio encontrado en el sector de El Carmen donde "guaqueros" han cavado y encontrado restos humanos y objetos de barro como ollas, platos y figuras.	1	Si

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES										
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS					
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Vía Acceso	Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	Km.							Carretera
CABECERA MUN. RICAURTE	Ricaurte	Ricaurte	0	*	Permanente		Sitio cálido y alegre donde el delicioso olor a guarapo y la música de la marimba se insinúan provocadores. Muy frecuentado por los veraneantes.	2	Si	
INKAL AWA	Ricaurte	Ricaurte	5	*	Permanente	Étnia	Autodenominada Inkal Awa, que significa "gente de montaña"; son descendientes de los Sindagua. Su ciclo de vida se encuentra dividido en dos etapas: la infancia y la adultez; de niño pasa abruptamente a la adultez con cambios físicos y psicológicos.	2	Si	
MARIMBA	Ricaurte	Ricaurte	0	*	Permanente	Musical	Instrumentos típicos de la región: como la marimba, el Guazá y la Timba.	3	Si	
SANTUARIO SEÑOR DE CUAQUER	Ricaurte	Ricaurte	0	*	Permanente	Arq. Relig.	Existencia de muchas personas devotas a nivel departamental que afirman haber recibido favores y milagros.	2	Si	
CAPILLA DEL SEÑOR DE PAYAN	Ricaurte	Ricaurte	1	*	Permanente	Arq. Relig.	Capilla que se encuentra a un lado de la carretera que posee muchos devotos en especial los viajeros.	2	Si	

CATEGORÍA: BIENES CULTURALES									
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS				
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Vía Acceso	Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
		Nombre Centro	km						
CABECERA MUN. BARBACOAS	Barbacoas	Barbacoas	0	*	Permanente	Pueblo	Localidad minera afamada por las preciosas joyas que elaboran orfebres nativos.	1	Si
PARQUE COLÓN	Tumaco	Tumaco	0	*	Permanente	Arq. Histór.	Importante lugar donde lo adornan el monumento a la libertad y una hermosa fuente de agua. Construido en 1971 para conmemorar el día de la independencia de 1810.	2	No
CABECERA MUN. TUMACO	Tumaco	Tumaco	0	*	Permanente	Ciudad	Segundo puerto Colombiano sobre el pacífico, donde se encuentran deliciosa gastronomía y la calidez de su gente morena.	1	Si
EPEDARA SIAPIDARA	Tumaco	Tumaco	7	*	Permanente	Étnia	Esta comunidad pertenece al grupo Embera del Chocó que originalmente habitaban en las zonas altas de San Juan y el Atrato. La organización social se fundamenta en las relaciones interfamiliares	1	Si

Acontecimientos programados:

CATEGORÍA: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS												
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS							
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Acceso público	Vía Acceso			Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	km		Sendero	Carretera	Acuática					Días o fecha (hora)
ROMERIAS AL SANTUARIO DE LAS LAJAS	Ipiales	Ipiales	0		*			Sept. Anual	Folcl. Rel	Romería y peregrinación. Festividad a Nuestra Señora de las Lajas. Desde 1.775 cuando una niña vio sobre la alhaja a la Virgen.	1	No
ONOMÁSTICO A LA EXPROVINCIA DE OBANDO	Ipiales	Ipiales	0		*			Octubre	Folclórico	Fiesta que se realiza en homenaje a toda la provincia donde habitaron los Pastos.	2	No
FESTIVIDADES DE LA VIRGEN DEL PILAR	Aldana	Aldana	0		*			Octubre	Folcl. Rel	Se lleva a cabo veladas, actividades artísticas musicales, competencia de carros, concurso de globos, fiestas populares en donde el sindicato de chóferes del municipio es el organizador de todas estas actividades observándose la participación activa de todos los sectores sociales del municipio.	1	No

CATEGORÍA: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS												
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS							
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad				
		Nombre Centro	km						Vía Acceso	Días o fecha (hora)		
					Sendero	Carretera	Acuática					
FESTIVIDADES DEL NIÑO JESÚS DE PRAGA	Aldana	Caupuerán			*				Folcl. Rel.	La celebra la tercera edad en la vereda Caupuerán con el traslado de la imagen a las diferentes viviendas de los pobladores del municipio este traslado se lleva a cabo con la quema de juegos pirotécnicos observándose una devoción al interior del núcleo familiar.	1	No
FESTIVIDADES VIRGEN DEL TRÁNSITO	Guachucal Aldana	Guachucal Aldana	0		*			Agosto	Folcl. Rel.	Festividades del motorista, en las cuales se hacen competencias de tractomulas.	2	No
FIESTAS DE LA VIRGEN PERPETUO SOCORRO	Guachucal	Guachucal	0		*				Folcl. Rel.	Se realizan novenas y actividades culturales en memoria de esta santa.	2	Si
FIESTA NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES	Cumbal	Cumbal	0		*			Septiembre	Folcl. Rel.	Fiestas patronales, la acompañan muestras musicales y dancísticas	2	Si
FIESTA TAURINAS	Cumbal	Cumbal	0		*			Julio	Folcl.	Patrimonio cultural en el cual se integra la sociedad, sin tener en cuenta procedencia, raza, religión, estatus y educación, de esta manera corroborando que son un mismo pueblo.	2	Si
FIESTAS DE SAN JUAN BAUTISTA	Sapuyes	Sapuyes	0		*			Junio	Folcl. Rel.	Fiestas patronales, celebradas con novena y procesión.	1	Si

CATEGORÍA: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad			
		Nombre Centro	km							Vía Acceso	Días o fecha (hora)
FIESTAS DE SAN PEDRO APOSTOL	Sapuyes	Sapuyes	0	*	Carretera	Acuática	Junio	Folcl. Rel.	Se destaca por el pingue que consiste en donar alimentos los cuales son colocados en una vara adornada con cintas de colores llamativos.	2	Si
FIESTA SEÑOR DE LAS MISERICORDIAS	Sapuyes	Sapuyes	0	*			Septiembre	Folcl. Rel.	Se celebra con novena, pase de ceras y procesiones que reúnen a propios y visitantes.	1	Si
FIESTAS DEL CAMPESINO	Mallama	Piedrancha	0	*			Septiembre	Folclórico	Fiesta donde se realiza un homenaje a los hombres y mujeres campesinas con la participación de orquestas.	2	Si
FIESTAS DE SANTIAGO APOSTOL	Mallama	Piedrancha	0	*			Julio	Folcl. Rel.	Realización de novenas, eventos que integran a la comunidad.	2	Si
FIESTAS DE SAN PEDRO	Ricaurte	Ricaurte	0	*			Junio	Folcl. Rel.	Fiestas patronales, celebradas La cabecera municipal.	2	Si
FIESTAS DE SAN ISIDRO	Ricaurte	Ricaurte	0	*			Agosto	Folcl. Rel.	Se realizan eventos y actividades lúdicas.	2	Si
FIESTAS SENOR DE CUAJUQUER	Ricaurte	Ricaurte	5	*			Septiembre	Folcl. Rel.	Se realizan novenas en su honor.	2	Si
CARNAVALES DE TELEMBI	Barbacoas	Barbacoas	0	*			Febrero y Marzo	Folclórico	La importancia de estas fiestas radica en la gran movilización de la población que se logra, entre 20 y 25 mil personas entre nativas y visitantes.	2	Si

CATEGORÍA: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad			
		Nombre Centro	km						Vía Acceso	Días o fecha (hora)	
									Sendero	Carretera	Acuática
FIESTAS VIRGEN DE ATOCHA	Barbacoas	Barbacoas	0		*	Agosto	Folcl. Rel.	Realización de novenas y eventos que integran a la comunidad.	1	Si	
CARNAVALES DEL FUEGO	Tumaco	Tumaco	0		*	Febrero	Folclórico	Es el máximo evento popular, se distingue por el despliegue multicolor y folclórico, con juegos de polvo y agua.	2	No	
FESTIVAL Y RALLY DEL MAR	Tumaco	Tumaco	0		*		Folclórico	Una caravana de autos parte desde Pasto hacia Tumaco. Se recibe a los turistas Rallystas en las playas del Morro, con eventos como el Reinado Miss Tanga Tumaco, festival gastronómico, feria artesanal, Estampas folclóricas de música y danza.	2	No	
DÍA DE INOCENTES	Ipiales	Ipiales	0		*	Diciembre	Folclor	Se juega con el elemento simbólico del agua que representa la cultura de los Pastos, el bañarse es un acto de purificación de cuerpos.	2	No	
	Aldana	Aldana	0		*	Diciembre	Folclor		1	No	
	Guachucal	Guachucal	0		*	Diciembre	Folclor		1	Si	
	Cumbal	Cumbal	0		*	Diciembre	Folclor		1	Si	
	Sapuyes	Sapuyes	0		*	Diciembre	Folclor		1	No	
	Mallama	Mallama	0		*	Diciembre	Folclor		1	Si	
Ricaurte	Ricaurte	Ricaurte	0		*	Diciembre	Folclor		1	Si	

CATEGORÍA: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS									
Nombre Atractivo	UBICACIÓN				CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS				
	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano	Vía Acceso		Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad
			Sendero	Carretera					
		Nombre Centro	km						
DESFILE DE AÑOS VIEJOS	Ipiales	Ipiales	0	*	Diciembre	Folclor	Quema colectiva de años viejos. Predomina el elemento simbólico del fuego que se convierte en un rito de purificación y muerte, es el elemento de transición de cambio de tiempo de un año a otro. Los muñecos se elaboran con diversidad de materiales, técnicas, motivos y mensajes.	2	No
	Aldana	Aldana	0	*	Diciembre	Folclor		1	No
	Guachuca	Guachuca	0	*	Diciembre	Folclor		1	Si
	Cumbal	Cumbal	0	*	Diciembre	Folclor		1	Si
	Sapuyes	Sapuyes	0	*	Diciembre	Folclor		1	No
	Mallama	Mallama	0	*	Diciembre	Folclor		1	Si
	Ricaurte	Ricaurte	0	*	Diciembre	Folclor		1	Si
CARNAVAL DE BLANCOS Y NEGROS	Ipiales	Ipiales	0	*	Enero	Folclor	El carnaval del sur se convierte en el imaginario del pueblo Nariñense, porque representa la identidad cultural; fiesta tradicional que se celebra los días 4,5 y 6 de enero en los que sobresale la auténtica familia del municipio y los desfiles, carrozas y comparsas.	2	No
	Aldana	Aldana	0	*	Enero	Folclor		1	No
	Guachuca	Guachuca	0	*	Enero	Folclor		1	Si
	Cumbal	Cumbal	0	*	Enero	Folclor		1	Si
	Sapuyes	Sapuyes	0	*	Enero	Folclor		1	No
	Mallama	Mallama	0	*	Enero	Folclor		1	Si
	Ricaurte	Ricaurte	0	*	Enero	Folclor		1	Si

Realizaciones contemporáneas:

CATEGORÍA: REALIZACIONES CONTEMPORÁNEAS											
UBICACIÓN					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS						
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Acceso público	Vía Acceso			Tipo y/o subtipo	Jerarquía	Inseguridad	
		Nombre Centro	km		Sendero	Carretera	Acuática				Días o fecha (hora)
PUENTE INTERNAL DE RUMICHACA	Ipiales	Ipiales	0	*			Permanente	Ob. de ing.	Permite el paso a Ecuador y viceversa con el concebido intercambio comercial.	4	No
PATINÓDROMO IPIALES 2000 DIEGO ROSERO	Ipiales	Ipiales	2	*			Permanente	Ob. de ing.	Por sus instalaciones, jardines, su altura y su visibilidad es catalogado como uno de los más atractivos del país, donde se preparan los deportistas élite.	2	No
AEROPUERTO DE SAN LUIS	Aldana	Aldana	4	*			Permanente	Ob. de ing.	Antiguo Terminal en 1935. A pesar de no estar en la jurisdicción geográfica de Ipiales, es reconocido como de su territorialidad ya que las gestiones han sido efectuadas por las administraciones de Ipiales.	3	No
VÍADUCTO AL MORRO	Tumaco	Tumaco	0	*			Permanente	Ob. de Ing.	Puente iluminado de 304 mts de longitud que comunica al Morro con el sector urbano de Tumaco. Sus dos extremos son miradas del infinito mar y de iluminada ciudad.	2	No

CATEGORÍA: REALIZACIONES CONTEMPORANEAS										
UBICACION					CARACTERÍSTICAS ATRACTIVOS					
Nombre Atractivo	Municipio y/o dirección	Distancia al centro más cercano		Acceso público	Tipo y/o subtipo	Importancia, facilidades turísticas, estado, actividades, recomendaciones.	Jerarquía	Inseguridad	Acceso	
		Nombre Centro	km						Sendero	Carretera
PUENTE MARÍTIMO Y PESQUERO	Tumaco	Tumaco	0	*	Ob. de Ing.	La puerta de Tumaco al mar. Es el sitio de llegada y salida de los negocios internacionales que se hace a través de la región. Cuenta con sedes de organizaciones internacionales, higiene portuaria, agentes marítimos, aduana entre otros.	2	No		
OLEODUCTO TRASANDINO	Tumaco	Tumaco	5	*	Ob. de Ing.	Por donde se transporta el petróleo desde el Putumayo y se embarca por bombo en Tumaco, para ser refinado en otros sitios fuera del País.	2	No		
BATALLON DE INFANTES DE MARINA No. 2	Tumaco	El Morro	0	*	Ob. de Ing.	La Armada Nacional cuenta en Tumaco, con un moderno centro de instrucción militar y un batallón de infantería de Marina.	2	No		
AEROPUERTO LA FLORIDA	Tumaco	Tumaco	0	*	Ob. de Ing.	Moderno aeropuerto utilizado para avionetas.	2	No		
FARO	Tumaco	Tumaco	3	*	Ob. de Ing.	Se encuentra en la parte más alta, sirve como orientador de las embarcaciones marinas. En Colombia unico en su clase.	1	No		

Anexo 14 Estrategias dirigidas a la corporación corredor turístico Ipiales -Tumaco

QUE HACER	PARA QUE	QUIEN	COMO	DONDE	PRESUPUESTO
Systematización de la información contable y financiera.	Asegurar a la parte administrativa un mayor control sobre los movimientos financieros de la corporación, lo cual le permita una adecuada toma de decisiones.	Área financiera	Llevando libros de contabilidad (auxiliares, diarios, mayor y balances) y flujos financieros en forma sistematizada, en programas especializados.	Corporación	\$ 2.500.000
Buscar fuentes de financiamiento para empresas conexas.	Inversión en mejoramiento de las actividades empresariales relacionadas con el turismo.	Asamblea general	Estableciendo proyectos y contactos con entidades financieras.	Empresa	\$ 5.000.000
Realizar un portafolio de artesanías propias de la región.	Ofrecer al mercado turístico, varias opciones de compra.	Área de recursos humanos	Realizando listado de las artesanías de los municipios y contactando a quienes las elaboran.	Corredor Ipiales Tumaco	\$ 1.000.000
Gestionar proyectos turísticos del corredor ante entidades públicas y privadas.	Incentivar el turismo en la región e incrementar la actividad económica para sus moradores.	Gerencia.	Mediante contactos con Organismos oficiales y entes privados interesados en la causa.	Contactos con Planeación Departamental, entidades promotoras de turismo, gremios, etc.	\$ 1.000.000
Mantener registro actualizado de la planta turística, mat. infraestructura vial, acontecimientos programados	Tener pleno conocimiento de las condiciones y brindar información veraz y oportuna a los turistas.	Área de recursos humanos	Buscando el contacto permanente con las agremiaciones, Coponariño, y los entes municipales.	Corporación	\$ 500.000
Ampliación inventario de atractivos turísticos	Ampliar la oferta turística y lograr mayor competitividad en el mercado	Área de recursos humanos	Realizando un amplio estudio de las características, estado y condiciones de los atractivos en cada municipio.	Corredor Ipiales Tumaco	\$ 1.000.000

Fuente: Esta Investigación.

Anexo 15 Estrategias dirigidas al mercado turístico

Estrategias Dirigidas al Producto:

QUE HACER	PARA QUE	QUIEN	COMO	DONDE	PRESUPUESTO
Brindar asesoría técnica en la elaboración de productos artesanales	Con el fin de ofrecer productos de calidad a los turistas y competir en los mercados internacionales	Convenio de Lab. de Diseño.	Desarrollando programas de capacitación que contribuyan al conocimiento de técnicas, selección de materiales y modelos de acuerdo a los requerimientos del mdo.	Corredor Ipiates -Tumaco	\$ 5.000.000
Elaboración de proyectos turísticos de inversión en los municipios.	Para la creación y mejoramiento de los sitios turísticos que contribuyan con el desarrollo de los municipios del corredor.	Área de recursos humanos y profesionales	Elaborando proyectos factibles en los diferentes municipio del corredor Ipiates - Tumaco	Corporación	\$ 2.000.000
Mejorar la calidad de la planta turística.	Para ser mas competitivos en cuanto a la calidad en el servicio que se presta a los turistas	Instituciones educativas como universidades.	Mediante la capacitación en la estandarización de los procesos de los servicios turísticos.	Corredor Ipiates -Tumaco	\$ 6.000.000
Realización de estudios medio ambientales.	Para la conservación y preservación de los bienes naturales, además de la implementación de políticas de sostenibilidad.	Convenio Corporación.	Estudios con la colaboración de las entidades ambientales.	Corredor Ipiates -Tumaco	\$ 1.000.000
Brindar asesoría administrativa, comercial y de servicios a los empresarios relacionados con el sector turístico.	Implementar un proceso de mejoramiento continuo en el aspecto empresarial y de servicios de los sectores conexos al turismo en el corredor.	Convenio Instit. educativas como universidades.	Realizando convocatorias y capacitaciones en los diferentes municipios	Corredor Ipiates -Tumaco	\$ 3.000.000

Fuente: Esta Investigación.

Estrategias Dirigidas a la Promoción:

QUE HACER	PARA QUE	QUIEN	COMO	DONDE	PRESUPUESTO
Dar a conocer los productos turísticos del corredor.	Lograr un impacto positivo y una actitud favorable en el segmento objetivo.	Asesor en marketing turístico delegado por la Asamblea General	Elaboración del portafolio de productos y de una pagina web, elección de medios promocionales.	Empresas especializadas en publicidad.	\$ 3.000.000
Generar una identidad de marca.	Lograr un posicionamiento en el mercado	Gerente.	Creando un eslogan y un logotipo.	Empresas especializadas en publicidad.	\$ 500.000
Identificación y contacto con los nichos de mercado del corredor.	Diseñar productos turísticos, acorde a las exigencias del mercado.	Asesor en marketing turístico.	Mediante la elaboración de investigaciones de mercado y el contacto directo a través de la web, fax etc.	Corporación	\$ 2.000.000
Participar en las ferias comerciales del sector a nivel nacional e internacional.	Para tener contacto con los distribuidores, comercializadores y posibles clientes directos.	Gerencia y equipo de trabajo.	Mediante el desplazamiento a las ferias, para obtener contactos y negocios internacionales.	Colombia Ecuador Perú Venezuela Estados Unidos	\$ 9.000.000
Diseño de paquetes promocionales de los recursos turísticos de acuerdo a los nichos de mercado.	Para generar una mayor demanda de los atractivos turísticos del corredor a nivel nacional e internacional.	Área de recursos humanos y profesional es .	Elaboración de folletos, identificación senderos por tipo de turismo y diseño del material promocional	Corporación	\$2.000.000

Fuente: Esta Investigación.

Estrategias Dirigidas a la Distribución:

QUE HACER	PARA QUE	QUIEN	COMO	DONDE	PRESUPUESTO
IncurSIONAR en el mercado Nacional e internacional como un corredor turístico.	Ganar reconocimiento de la corporación y consolidarse en el aspecto comercial, mediante el desarrollo de mercados y productos.	Gerencia	Misiones, ferias y desarrollo de métodos promocionales tales como pagina web, catálogos, etc. A nivel nacional e internacional.	En las ciudades mas representativas del país, así como en el mercado internacional.	20.000.000
Establecer relaciones públicas con agencias de viaje, fundaciones, gremios y empresas conexas al sector turístico.	Para penetrar mejor en el mercado y garantizar las negociaciones.	Convenio Agencias de Viaje y empresas de transporte	Comunicación directa con agencias de viaje.	Pasto y Bogotá.	\$ 8.000.000

Fuente: Esta Investigación.

Estrategias Dirigidas al Precio

QUE HACER	PARA QUE	QUIEN	COMO	DONDE	PRESUPUESTO
Propiciar la estandarización de precios en los productos y servicios turísticos.	Evitar la competencia desleal y manejar unos precios competitivos.	Área de recursos humanos	Realización de un análisis de costos y márgenes de utilidad provechosos para todos los interesados	En cada uno de los establecimientos conexos al turismo.	\$2.000.000

Fuente: Esta Investigación.

Anexo 16 Base de datos de hoteles y restaurantes de los municipios del corredor Ipiales – Tumaco

Municipio de Ipiales

No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL	No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL
1	Hotel	San Sebastián	31	Hotel	Santa Isabel
2	Hotel	Primavera	32	Hotel	Restaurante Mary
3	Hotel	Ipiales La Quinta	33	Hotel	Atahualpa
4	Hotel	Nubes verdes	34	Hotel	San Andres
5	Hotel	Gerardin	35	Hotel	El Inca
6	Hotel	Noche Bella	36	Hotel	Los Andes
7	Hotel	San Fernando	37	Hotel	Colonial
8	Hotel	Alferez	38	Hotel	Santa Isabel II
9	Hotel	Bahamas	39	Hotel	Laurita
10	Hotel	Belmonte	40	Hotel	Castillo Real
11	Hotel	Central	41	Hotel	Panorama
12	Hotel	Alcazar	42	Hotel	Dos Amigos
13	Hotel	Abc	43	Hotel	Rest. Patio Grande
14	Hotel	Andino	44	Hotel	Plazza
15	Hotel	San Remo	45	Hotel	La Luna
16	Hotel	Zaracay	46	Hotel	Imperio Real
17	Hotel	Don Lucho	47	Hotel	El Emperador
18	Hotel	Pasviveros	48	Hotel	La Pola
19	Hotel	Colombia	49	Hotel	La Cascada
20	Hotel	Korpawasi	50	Hotel	Rumichaca Internal.
21	Hotel	Rest. Avenida	51	Hotel	Alcalá
22	Hotel	Parquead. Minerva	52	Hotel	Metropol
23	Hotel	Dinar	53	Hotel	La Portada del Sol
24	Hotel	H&H el Estanco	54	Hotel	El Paisa
25	Hotel	Emanuel	55	Hotel	Norma
26	Hotel	Manila	56	Hotel	Cristal Ideal
27	Hotel	Valparaiso	57	Hotel	Country
28	Hosteria	Mayasquer	58	Hotel	Fontanar Blue
29	Hotel	Angasmayo	59	Hotel	India Catalina
30	Hotel	Colombiano			

Fuente: Alcaldía Municipal

No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL	No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	Mana	8	Restaurante	Tropical
2	Restaurante	La Amistad	9	Restaurante	Flor del Valle
3	Restaurante	El Buen Vecino	10	Restaurante	Amistad
4	Restaurante	Casa Verde	11	Restaurante	y Caf. Kasayo
5	Restaurante	La Herradura	12	Restaurante	Mi Casita
6	Restaurante	El Campesino	13	Restaurante	Pico Rico No.3
7	Restaurante	Las Acacias	14	Restaurante	Rancho Grande

No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL	No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL
15	Restaurante	Refugio Paisa	58	Restaurante	y Caf. Oskars
16	Restaurante	La Portada	59	Restaurante	Viviana
17	Restaurante	Dona José	60	Restaurante	La Avenida
18	Restaurante	Maranatha	61	Restaurante	Costa Azul
19	Restaurante	Los Cubiertos	62	Restaurante	Familiar
20	Restaurante	Americano	63	Restaurante	Hotel Patio Grande
21	Restaurante	La Enjalma	64	Restaurante	La Fontana
22	Restaurante	El Gran Pajar	65	Restaurante	Bahía
23	Restaurante	Himalaya	66	Restaurante	Rincón del Sur
24	Restaurante	Los Tejados	67	Restaurante	Doña Norma
25	Restaurante	Galeras	68	Restaurante	El Rosario
26	Restaurante	Av. Las Lajas	69	Restaurante	Tolimense
27	Restaurante	Don Jaime	70	Restaurante	El Ensueño
28	Restaurante	Hotel Avenida	71	Restaurante	y Fte.Soda Llanero
29	Restaurante	Guaitara	72	Restaurante	Rincón Paisa
30	Restaurante	Pereira	73	Restaurante	Las Palmeras
31	Restaurante	Luz Dary	74	Restaurante	Antioqueñita
32	Restaurante	y Caf. Mayra	75	Restaurante	y Caf. La Flor
33	Restaurante	Los Tenedores	76	Restaurante	y Caf. Rancho Valle
34	Restaurante	El Buen Bocado	77	Restaurante	Asadero Isabelita
35	Restaurante	Los Cerros	78	Restaurante	y Caf. Mekato
36	Restaurante	Y Caf. Los Andes	79	Restaurante	Sabor Latino
37	Restaurante	La Cuchara	80	Restaurante	Las Reinas
38	Restaurante	La estación	81	Restaurante	El Cabuyal
39	Restaurante	Americano	82	Restaurante	El Mercader
40	Restaurante	Nariñense	83	Restaurante	Mayra
41	Restaurante	Los Arrieros	84	Restaurante	Los Alpes
42	Restaurante	Liced	85	Restaurante	Raymar
43	Restaurante	El Buen Sabor	86	Restaurante	Licores Los Andes
44	Restaurante	Hotel Mary	87	Restaurante	y Caf. Elizabeth
45	Restaurante	y Caf. Morasurco	88	Restaurante	y Caf. El Toro Parti
46	Restaurante	Trans-Ipiales	89	Restaurante	"Delicias Caldenses"
47	Restaurante	Tairona	90	Restaurante	La Fragata
48	Restaurante	Paty	91	Restaurante	Punto Aparte
49	Restaurante	Local 17	92	Restaurante	El Camionero
50	Restaurante	Rumichaca	93	Restaurante	(Navia)
51	Restaurante	Monte Andino	94	Restaurante	Mar y Tierra
52	Restaurante	Farallones	95	Restaurante	Caravana
53	Restaurante	La Riviera	96	Restaurante	Bar Charleston
54	Restaurante	La bahía	97	Restaurante	Cotransguachucal
55	Restaurante	Rincón Caliente	98	Restaurante	china
56	Restaurante	y Caf. Mayte	99	Restaurante	Cev., Frutos Del Mar
57	Restaurante	y Caf. Johanita	100	Restaurante	Los Geraneos

No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL	No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL
101	Restaurante	Bar "Casa Colombia"	109	Estadero	Tropicana
102	Restaurante	La Chispa del Fogón	110	Estadero	El Rodeo
103	Rest.	Asad. Santander	111	Estadero	Sabor Y Son
104	Estadero	Tropical	112	Estadero	Bar Yanala
105	Estadero	Chambú	113	Estadero	Sol y Sombra
106	Estadero	El Fogón	114	Estadero	Punto Rico
107	Estadero La	Gran Vía Discoteca	115	Estadero	Real
108	Estadero	Primavera	116	Estadero	Sol Caribe

Fuente: Alcaldía Municipal

Municipio de Aldana

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	Santander	4	Restaurante	Darios Tennis Club
2	Restaurante	Punto Rico	5	Restaurante	Rincón Buen Sabor
3	Restaurante	Buen Sabor			

Fuente: Esta investigación

Municipio de Guachuca

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Hotel	Imperial	2	Hotel	sin nombre

Fuente: Esta investigación

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	Imperial	5	Restaurante	Americano
2	Restaurante	La Brasa	6	Restaurante	el Rincón del Buen Sabor
3	Restaurante	Mi Casita	7	Restaurante	Punto Rico
4	Restaurante	Antojos	8	Asadero	Tayrona

Fuente: Esta investigación

Municipio de Cumbal

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Residencias	Del Sur

Fuente: Esta investigación

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	Rincón de Colombia	5	Asadero	Punto Rico
2	Restaurante	La Embajada del Pollo	6	Asadero	El Buen Sabor
3	Restaurante	Oh, Que bueno mas	7	Asadero	PTC
4	Restaurante	y Pic. Cumbal	8	Asadero	La Brasa

Fuente: Esta investigación

Municipio de Sapuyes

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	y Asadero La Delicia

Fuente: Esta investigación

Municipio de Mallama

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Resid.	el Mister	2	Hotel	Santiago

Fuente: Esta investigación

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	Casa Madrigal	4	Restaurante	Miryan Nates
2	Restaurante	Asadero Rapiantojos	5	Restaurante	Buen Sabor
3	Restaurante	Punto Rico			

Fuente: Esta investigación

Municipio de Ricaurte

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Residencias	Las Palmas	3	Residencias	Costa Bella
2	Residencias	Mónaco	4	Residencias	y Billares Acapulco

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Restaurante	y asad. Primavera	4	Restaurante	Punto Rojo
2	Restaurante	las Palmas	5	Restaurante	Mónaco
3	Restaurante	Colonial			

Fuente: Esta investigación

Municipio de Tumaco

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Hotel	La Red	16	Hotel	Oscar Fernando
2	Hotel	Miramar	17	Hotel	Reynolds
3	Hotel	Casa Blanca	18	Hotel	Villa del Mar
4	Hotel	Rincón Marino	19	Hotel	Colón
5	Hotel	Barranquilla	20	Hotel	La Sultana
6	Hotel	Los Corales	21	Hotel	Los Veleros
7	Hotel	Villa del Sol	22	Hotel	Holiday
8	Hotel	San Marino	23	Hotel	Las Lajas
9	Hotel	Delfín Dorado	24	Hotel	La Isla
10	Hotel	Calimar	25	Hotel	Portón Marino
11	Hotel	Las Veraneras	26	Hotel	San Andrés
12	Hotel	Los Guadales	27	Hotel	Emanuel's
13	Hotel	El Mirador	28	Hotel	Ipiales
14	Hotel	Kios	29	Hotel	Don Luis
15	Hotel	Mi Bohío	30	Hotel	Las Mercedes

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
31	Hotel	Las Lilianas	34	Hotel	San Fernando
32	Hotel	Costa Azul	35	Hotel	El Dorado
33	Hotel	Confort			

Fuente: Guía Hotelera ASHOTUR

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Asadero	La Gran Parrilla	18	Restaurante	Hotel Colón
2	Estadero	Rincón Marino	19	Restaurante	Hotel San Andres
3	Estadero	y Pizz. Trópico	20	Restaurante	El Jardín
4	Restaurante	Bar Los Arrieros	21	Restaurante	Tropical
5	Restaurante	Bar-Min. Los Almendros	22	Restaurante	Bocamar
6	Restaurante	Blanco y Verde	23	Restaurante	Estadero Mi Bohío
7	Restaurante	Ermí	24	Restaurante	Cevichería El Puente
8	Restaurante	El Buen Sazón	25	Restaurante	Bar La Ramada
9	Restaurante	El Portón Marino	26	Restaurante	Rico Rico
10	Restaurante	Bar El Muelle	27	Restaurante	Balizka
11	Restaurante	Los Almendros	28	Restaurante	Bar Ricuras Del Pacífico
12	Restaurante	La Cevichería	29	Restaurante	Asadero Sabro Pollo
13	Restaurante	Dominick	30	Restaurante	El Paisa
14	Restaurante	El Bucanero	31	Restaurante	Asadero Campeón
15	Restaurante	Bar Punto del Sabor	32	Restaurante	La Fresita
16	Restaurante	La Barracuda	33	Restaurante	Punto Rojo
17	Restaurante	Cabañas La Red	34	Restaurante	Don Li

Fuente: Directorio Comercial y Telefónico de Tumaco

Anexo 17 Base de datos de las agencias de viaje de la ciudad de Ipiales, Tumaco y San Juan de Pasto

Ciudad de Ipiales

No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL	No.	ACT.	RAZÓN SOCIAL
1	Ag. Viajes	Lukimar Cia Ltda.	4	Ag. Viajes	Valencia Torres Ltda.
2	Ag. Viajes	Guzmán y cia. Ltda	5	Ag. Viajes	Las Lajas Tours
3	Ag. Viajes	Coanditur	6	Ag. Viajes	Aviatur

Fuente: Esta Investigación

Ciudad de Tumaco

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Ag. Viajes	Ecoltur LTDA.	2	Ag. Viajes	Turismo Tumaco

Fuente: Esta Investigación

Ciudad de San Juan de Pasto

No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL	No.	ACTIVIDAD	RAZÓN SOCIAL
1	Ag. Viajes	Tourmundo Ltda.	18	Ag. Viajes	Repr. Tur. Agualongo Ltda.
2	Ag. Viajes	Cielo y Tierra	19	Ag. Viajes	Aerotur de Nariño
3	Ag. Viajes	Repr. Tur. Isolina	20	Ag. Viajes	Progresamos Ltda.
4	Ag. Viajes	Viaj. Y Tur de Colombia	21	Ag. Viajes	Vuelos America Ltda.
5	Ag. Viajes	Gualcalá Ltda.	22	Ag. Viajes	Venecia Tours Ltda.
6	Ag. Viajes	Turicosta Nariño	23	Ag. Viajes	Viaj. U Tur de Nariño Ltda.
7	Ag. Viajes	Turidestinos	24	Ag. Viajes	Viajes Galeras Ltda.
8	Ag. Viajes	Carlos Yepes T. Aventura	25	Ag. Viajes	Colombiana de Turismo
9	Ag. Viajes	Latina	26	Ag. Viajes	Turisur Ltda.
10	Ag. Viajes	Money Tour	27	Ag. Viajes	Eliturs y Cia. Ltda.
11	Ag. Viajes	Playa Sol y Mar	28	Ag. Viajes	Isatur Ltda.
12	Ag. Viajes	Viajes Fajardo Tours	29	Ag. Viajes	Aventuras del Mundo
13	Ag. Viajes	Viajar & volar Ltda.	30	Ag. Viajes	Amercan Tours
14	Ag. Viajes	Comfamiliar de Nariño	31	Ag. Viajes	Comercializadora Xilón
15	Ag. Viajes	Proturna	32	Ag. Viajes	Viajes la Guaneña Ltda.
16	Ag. Viajes	Turismo andino Ltda.	33	Ag. Viajes	Viajes Pasto Ltda.
17	Ag. Viajes	Dólar Tour			

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto