

**DISEÑO DE LAS BASES PARA UN SISTEMA DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL
SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE PASTO**

AMELIA YOHANA BASANTE PORTILLO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2014**

**DISEÑO DE LAS BASES PARA UN SISTEMA DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL
SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE PASTO**

AMELIA YOHANA BASANTE PORTILLO

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Economista
Modalidad de Pasantía**

Asesor entidad:

ARMANDO MIRANDA VELA

**Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad
Alcaldía de Pasto**

Asesor universidad:

VICTOR DAVID JARAMILLO MEJIA

**Docente programa de Economía
Investigador CEDRE**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, Agosto de 2014

RESUMEN

Actualmente el proceso globalizador, como fenómeno dinámico y continuo generador de cambio en la sociedad, se fundamenta en las interconexiones de tipo económico, social, político, cultural y tecnológico que se establecen entre las diferentes regiones del mundo, en este sentido, se ha constituido lo que se denomina la “aldea global” concepto que abarca el sinnúmero de relaciones consolidadas a partir de la desaparición de las fronteras geográficas y espaciales; dentro de este contexto, además de la importancia que cobra la internacionalización del capital financiero, los flujos migratorios y el desarrollo las de tecnologías de la información y la comunicación, toma gran relevancia el auge significativo de la actividad turística como una nueva forma de articulación entre los países que incentiva constantemente la movilidad de personas a través de las fronteras nacionales, es una tendencia reciente con efectos transversales sobre las formas de vida especialmente en términos económicos y culturales puesto que los turistas son agentes de contacto que promueven la comunicación entre los pueblos y agilizan el proceso de unificación internacional.

ABSTRACT

Currently the globalization process as a dynamic phenomenon and continuous generator change in society, is based on the type interconnections economic, social, political, cultural and technological established between different regions of the world, in this sense, has become what is called the "global village" concept that encompasses the myriad relationships consolidated from the disappearance of geographical and spatial boundaries; in this context, in addition to the importance that the internationalization of finance capital, the migratory flows and the development of information technology and communication, takes great relevance the significant rise of tourism as a new form of articulation between countries that constantly encourages the mobility of people across national borders, is a recent cultural trend with transverse effects on life forms especially in economic terms and as tourists are contact agents that promote communication between peoples and streamline the process of international harmonization.

CONTENIDO

	Pág.
1. ASPECTOS GENERALES.....	13
1.1 LA INSTITUCIÓN.....	13
1.1.1 Perfil.	13
1.1.2 Misión.	13
1.1.3 Visión.....	13
1.1.4 Objetivo.....	13
1.1.5 Servicios.	14
1.1.6 Funciones.	14
1.2 TÍTULO.....	14
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.4 OBJETIVOS DE LA PASANTIA	16
1.4.1 Objetivo general.....	16
1.4.2 Objetivos específicos:	17
1.5 JUSTIFICACION DEL TEMA	17
1.5.1 Actualidad del tema.....	18
1.5.2 Necesidad del estudio.....	18
1.5.3 Utilidad del estudio.....	19
2. MARCO DE REFERENCIA.....	20
2.1 MARCO TEÓRICO	20
2.2 MARCO CONTEXTUAL.....	24
2.3 MARCO LEGAL	38
2.4 MARCO CONCEPTUAL	44
3. PROCEDIMIENTO METODOLOGICO.....	46
3.1 TIPO DE ESTUDIO.....	46
3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN	46
3.4 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	47
4. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS.....	48
5. LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO.....	50

6.	EL CLUSTER DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO	75
7.	INICIATIVAS ADOPTADAS PARA MEJORAR LA SITUACION DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO	103
	CONCLUSIONES	176
	RECOMENDACIONES.....	178
	BIBLIOGRAFIA.....	179
	NETGRAFIA	180
	ANEXOS	182

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1. Llegada de turistas Internacionales por subregiones. 2000-2012*-2013*.....	27
Tabla N° 2. Ingresos por turismo internacional. 2011-2012*.....	29
Tabla N° 3. Principales destinos turisticos mundiales. 2011-2012*.....	30
Tabla N° 4. Principales destinos turisticos mundiales. 2011-2012*.....	31
Tabla N° 5. Llegada de turistas a America. 2010-2013*.....	31
Tabla N° 6. Viajeros extranjeros no residentes.	34
Tabla N° 7. Viajeros extranjeros no residentes.	35
Motivo de Viaje. Número de Llegadas.....	35
Tabla N° 8. Balanza de pagos: Viajes y transporte de pasajeros	35
Tabla N° 9. Nariño. Llegada de viajeros y salida de pasajeros. 2010- 2011.....	38
Tabla N° 10. Aspectos generales del municipio de Pasto.	50
Tabla N° 11. Distribución espacial del municipio de Pasto.....	51
Tabla N° 12. Composición de la población del municipio de Pasto. 2012.	52
Tabla N° 13. Tasa global de participación, ocupación, y desempleo.....	54
Tabla N° 14. PIB por grandes sectores a precios corrientes. 2008-2011.	56
Tabla N° 15. Estructura PIB municipal 2007-2011.	58
Tabla N° 16. Pasto. Población ocupada, Según ramas de actividad Económica.....	60
Tabla N° 17. Pasto. Población desocupada cesante, según ramas de actividad económica. Promedio 2008 – 2012. En miles.	61
Tabla N° 18. Población ocupada. Según ramas de actividad. Ciudad de Pasto. Serie Trimestre Móvil Abril.-Junio. Variación 2013-2012.	61
Tabla N° 19. Cámara de comercio de Pasto. Municipio de Pasto. Número de empleos, según actividad económica y tamaño primer semestre 2013.....	63
Tabla N° 21. IPC. Variación Anual, total y por grupos de bienes y servicios según ciudades. Diciembre 2013.	66
Tabla N° 22. Ciudad de destino principal que reportan los viajeros extranjeros en Colombia, 2010-2013 (ene-jun).	68
Tabla N° 23. Matriz de origen y destinos de viaje	71
Tabla N° 24. Prestadores de servicios turísticos de Pasto. A diciembre del 2011.	76
Tabla N° 25. Actividades artesanales destacadas en Pasto.	87

Tabla N° 26. Establecimientos de alojamiento y hospedaje.	88
Tabla N° 27. Hoteles. Ciudad de Pasto.....	88
Tabla N° 28. Cámara de Comercio de Pasto. Municipio de Pasto. Número total de Establecimientos de comercio. Comparativo Primer Semestre 2013-2012.	90
Tabla N° 29. Porcentaje de Ocupación Hoteles asociados COTELCO.	91
Tabla N° 30. Lugar de alojamiento y promedio de pernoctación.	92
Tabla N° 31. Agencias de Viajes. Municipio de Pasto.....	95
Tabla N° 32. Parque Automotor 2012.	97
Tabla N° 33. Nariño. Estadísticas de pasajeros transportados en Aeropuertos. 2011–2012.	98
Tabla N°34. Actividades turísticas.	113
Tabla N°35. Productos turísticos.....	115
Tabla N° 36.Tabla de costo del personal que conforma el equipo de trabajo.	149
Tabla N° 37. Estrategias para la construcción de un sistema de información turística en el municipio de Pasto.	150
Tabla N° 38. Medición de las variables de oferta y demanda turística. Municipio de Pasto.	155
Tabla N° 39. Prestadores de servicios turísticos de Pasto. A diciembre del 2011.....	163
Tabla N° 40. Hoteles. Ciudad de Pasto.....	164
Tabla N° 41. Agencias de Viajes. Municipio de Pasto.....	165
Tabla N° 42. Hoteles consultados. Pasto.....	166
Tabla N° 43. Estadísticas Carnavales.....	168
Tabla N° 45. Estadísticas Carnavales. Pasto 2014.	172
Tabla N° 46. Estadísticas Pasto.....	173
Tabla N° 47. Estadísticas Pasto.....	174
Tabla N° 48. Estadísticas Pasto.....	175

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica N°1. Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep.....	21
Gráfica N°2. Modelo teórico de enfoque estructural de Beni.	22
Grafica N°3. Importancia del turismo	25
Grafica N° 4. Panorama mundial 2013.....	26
Grafica N° 5. Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia y porcentaje respecto a la población Colombiana por año, 2010-2013.....	33
Grafica N° 6. Llegadas de viajeros extranjeros por país de nacionalidad 2011-2013.	33
Grafica N° 7. Llegada de Viajeros Extranjeros al Departamento de Nariño. 2009-2012. .	37
Grafica N° 8. Procedencia de los Viajeros que visitan Nariño.	37
Gráfica N° 9. Pirámides de población del municipio de Pasto.	53
Grafica N° 10. Clasificación poblacional según conceptos fuerza de trabajo. Trimestre Móvil Abril-Junio de 2013.....	53
Gráfica N° 11. Tasa global de participación, ocupación y desempleo.	54
Gráfica N° 12. Participación en el PIB.....	59
Gráfica N° 13. Participación por programa en la oferta formativa para el trabajo. 2011. ..	64
Gráfica N° 14. Principales Países Emisores de Visitantes hacia Pasto.....	72
Gráfica N° 15. Lugar de Procedencia: Departamentos emisores.	72
Gráfica N° 16. Motivo de viaje. Octubre-Diciembre. 2010.	73
Gráfica N° 17. Días de viaje. Octubre-Diciembre. 2010.	73
Grafica N° 18. Componentes de la oferta turística.	113
Grafica N° 19. Procedimiento de análisis de la información. Estadística descriptiva.	130
Grafica N° 20. Proceso de capacitación.....	149
Grafica N° 21. Organigrama propuesto para la secretaria.....	162

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, tanto la liberalización del comercio así como el incremento del volumen de inversión en los servicios, han contribuido al crecimiento económico mundial elevando los niveles de competitividad internacional mediante la explotación eficiente de los sectores económicos potenciales, bajo esta coyuntura, el turismo es uno de los sectores claves de rápido crecimiento dentro del sector terciario, sin embargo también es una actividad sensible que se ve afectada significativamente por las crisis económicas mundiales que se han presentado, especialmente la del año 2008 iniciada en Estados Unidos y la que existe actualmente en Europa con repercusiones mundiales, en estas circunstancias es uno de los primeros productos que se sacrifica cuando la economía entra en recesión por considerarse de carácter suntuario, pese a lo anterior, el Turismo mundial en el año 2012 presento buen comportamiento, es por ello que muchos países lo han aceptado como medio y factor de desarrollo económico, convirtiéndolo actualmente en un elemento fundamental para mejorar la calidad de vida de la población, pues su contribución a la sociedad se da de forma multisectorial.

El análisis de la actividad turística no solo se limita al flujo de personas y a la identificación de los lugares turísticos de interés, en las últimas décadas el turismo ha tenido un efecto económico positivo a nivel general, por lo cual, el presente proyecto de pasantía desarrollado se enmarco en una propuesta iniciada por parte de la Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad de la alcaldía de Pasto, consistente en ampliar los estudios existentes frente a este sector, se busca generar una metodología adecuada para la obtención de información a partir de la cual se pueda estructurar un sistema o una base de datos estadística que permita realizar, de manera constante, un análisis del comportamiento así como una medición cuantitativa del impacto del turismo en la actividad del municipio hacia futuro, esto con el fin de brindar los insumos y herramientas requeridas para dinamizar la actividad dentro de la región.

El presente documento parte de una descripción general sobre la Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad de la alcaldía municipal de Pasto, se especifica su misión, visión, objetivos, funciones y los servicios ofrecidos a la comunidad, esto con el fin de contextualizar la propuesta y el lugar donde se desempeñó el trabajo; posteriormente se plantea el título con los objetivos que se desarrollaron, general y específicos, contemplados dentro de los aspectos generales de la pasantía, de igual forma se hizo una justificación para comprender la necesidad y la utilidad de la investigación, así mismo se planteó un marco teórico que guio el proceso realizado, posteriormente se plantea el procedimiento metodológico empleado para desarrollar el trabajo.

Finalmente en el trabajo se presentan los resultados obtenidos de la investigación, se da cumplimiento a los 4 objetivos planteados y se establecen unas conclusiones derivadas de la información obtenida para posteriormente proponer unas recomendaciones que permitan mejorar la situación del sector turismo en el municipio de Pasto a partir del conocimiento real de su impacto.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 LA INSTITUCIÓN

Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad

Alcaldía de Pasto

La Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad surgió a partir de lo establecido en la Constitución política de 1991, en su artículo 311, en donde se señala que el municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.

DEPENDENCIAS: Subsecretaría de turismo; subsecretaría de fomento.

1.1.1 Perfil. La alcaldía municipal de Pasto, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad ha diseñado e implementado programas para apoyar las iniciativas de desarrollo sostenible de transformación de las condiciones de vida, para avanzar hacia un proceso que permita el crecimiento económico eficiente en el manejo de los recursos dentro de un proceso de generación de valor en la sociedad y el aprovechamiento de sus recursos más productivos y potencialidades más ventajosos, con miras a la integración regional, nacional e internacional.

1.1.2 Misión. Es misión de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad del municipio lograr impulsar el desarrollo sostenible de Pasto, mediante una coordinación de esfuerzos públicos y privados en pro de facilitar, fomentar y apoyar el emprendimiento, desarrollo y fortalecimiento de las empresas, así como de programas y proyectos que posibiliten el crecimiento económico, generación de empleo y una mejor calidad de vida.

1.1.3 Visión. Pasto será al 2020 una ciudad que avanzará en la consolidación del liderazgo competitivo a nivel nacional e internacional, fortaleciendo sus ventajas competitivas y comparativas orientadas a generar nuevos emprendimientos que estimulen un mayor crecimiento económico con mayor equidad, procurando en todo momento la sostenibilidad y protección de su medio ambiente.

1.1.4 Objetivo. Mejorar la productividad y competitividad del municipio de Pasto y los sectores productivos para lograr una mejor calidad de vida, generar empleo y la superación de la pobreza.

1.1.5 Servicios. El cumplimiento del objetivo planteado se logra mediante la prestación de los siguientes servicios:

- ✓ Capacitación, asesoría y acompañamiento a la población del municipio en lo relacionado a emprendimiento, empresarismo y asociatividad.
- ✓ Fomento y fortalecimiento empresarial, seguimiento a las micro y pequeñas empresas ya constituidas.
- ✓ Asesoría en desarrollo e implementación en proyectos productivos, despertar y estimular el espíritu emprendedor.
- ✓ Asesoría y enrutamiento para la formalización empresarial, genera la oportunidad de constituirse como empresas legalmente constituidas.
- ✓ Asesoría a micro y pequeñas empresas en las diferentes ofertas crediticias. Facilitar el acceso a líneas crediticias para el fortalecimiento empresarial.
- ✓ Incubadora de negocios

1.1.6 Funciones. Son funciones de la Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad del municipio de Pasto:

- ✓ Promover asociaciones y concertar alianzas estratégicas, en especial entre lo público y lo privado, para apoyar el desarrollo empresarial e industrial del municipio y en general las actividades generadoras de empleo o recursos lícitos.
- ✓ Promover la capacitación y apropiación tecnológica avanzada y asesoría empresarial.
- ✓ Promover el empleo y la protección a los desempleados.
- ✓ Identificar, desarrollar y promocionar la vocación competitiva del municipio de Pasto en los diferentes sectores económicos.
- ✓ Identificar nichos de mercado nacional e internacional para promover la comercialización de productos del Municipio de Pasto.
- ✓ Identificar y fortalecer las cadenas productivas.
- ✓ Fomentar, facilitar y propiciar condiciones que permitan inversiones en el sector público y privado.
- ✓ Fomentar e implementar políticas que favorezcan el desarrollo económico y la generación de empleo.
- ✓ Promover la creación del fondo municipal de garantías y/o la implementación de mecanismos de financiación para el fomento de pequeñas y medianas empresas.

1.2 TÍTULO

Diseño de las bases para un sistema de información estadística del sector turístico en el municipio de Pasto.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día, la magnitud e importancia social y económica alcanzada por la actividad turística, hace insuficiente todo estudio que se apoye exclusivamente en valores descriptivos o cualitativos y que además no cuenten con algún sustento estadístico que permita magnificar de forma precisa el impacto del sector en la sociedad.

En el municipio de Pasto el desarrollo del turismo se ha visto limitado por la ausencia de información actualizada que facilite todo análisis concreto de la situación actual y que a su vez posibilite un mejoramiento en la toma de decisiones frente al sector por parte de los diferentes agentes involucrados; a nivel de la región no existe un seguimiento como tal de la actividad, los datos no se recopilan de forma oportuna, constante y detallada, esto debido principalmente a que no se ha implantado un sistema que integre en su conjunto el análisis del comportamiento de los sectores que guardan relación con el turismo, lo que ha impedido que se dé solución directa a los problemas que enfrenta el sector, entre los que se tiene la existencia de un bajo desarrollo empresarial, especialmente de las comunidades rurales y urbanas de los lugares donde se localizan los atractivos turísticos existentes, escaso interés por la asociatividad como estrategia para mejorar la oferta turística local; el desconocimiento y uso de métodos pertinentes para la generación de indicadores que permitan formular planes de acción pertinentes en materia turística, entre otros.

Las iniciativas adelantadas para fortalecer el turismo del municipio resultan superficiales porque no se conocen de fondo todas sus implicaciones, las medidas adoptadas para potenciarlo en el marco de la competencia externa han resultado inconsistentes ya que no se fundamentan en el desarrollo de indicadores específicos para cada sector involucrado en la actividad, además no se recopilan las cifras de forma global y ordenada para medir la evolución que ha tenido el sector a través del tiempo, así como también establecer tendencias, realizar diagnósticos, predicciones y pronósticos que contribuyan a identificar con mayor certeza sus fallas y así lograr contrarrestarlas; aunque el municipio cuenta con excelentes ventajas comparativas no cumple con los parámetros de competitividad exigidos actualmente, la actividad turística regional carece de un método efectivo de medición que demuestre su ritmo de crecimiento frente a otras regiones del país e incluso del departamento.

De igual forma, la falta de una cooperación activa entre el orden público-privado se ha constituido en un obstáculo para la realización eficiente de estudios articulados entre los dos entes que promuevan la adopción de medidas encaminadas a la obtención de cifras reales de la actividad; la incertidumbre generada por falta de datos estadísticos históricos del turismo para el municipio de Pasto ha frenado los procesos de inversión, las estrategias de promoción no resultan efectivas, no son coherentes con la realidad que se vive, lo que limita la capacidad de generación de valor agregado, por tanto el municipio se rezaga en términos de competitividad, crecimiento y desarrollo frente a economías que aprovechan su potencial turístico en cada una de sus regiones.

Los estudios existentes sobre el sector Turismo en el municipio de Pasto son muy antiguos, algunos de los trabajos más relacionados con el tema se presentan bajo la modalidad de tesis por parte de la Universidad de Nariño, dentro de ellos se tiene los siguientes: Diagnostico del turismo en Nariño y perspectivas de desarrollo económico publicado en 1988; estudio de competitividad del sector turismo publicado en 1995; y

marketing para el turismo realizado en el año 2004. Como se observa, la mayoría de trabajos están desactualizados y escapan a la realidad actual del sector, además de esto su contenido representa más una descripción cualitativa que está más enfocada a la parte técnica y teórica del turismo, es decir, se centran en la teoría, promoción y mejora de la práctica turística más no en el seguimiento estadístico de la actividad como tal dentro del municipio de Pasto.

El trabajo que se encuentra más actualizado sobre el tema es el denominado: Importancia del turismo para el desarrollo del departamento de Nariño a partir de la estimación de su cuenta satélite, realizado en el año 2008 por Víctor David Jaramillo Mejía y Diana Elizabeth Narváez Jácome, en este caso hay una aproximación más cercana a la idea que se tiene en el presente trabajo, el estudio referenciado desarrolla como objetivos específicos: la estimación de la cuenta satélite del turismo para el Departamento de Nariño; evaluación de la influencia del PIB turístico sobre el PIB regional; examen de la influencia de la inversión turística sobre la inversión regional del departamento de Nariño; determinar la importancia del empleo turístico sobre el empleo de Nariño, establecimiento de la importancia del desarrollo turístico en el cuidado de la biodiversidad de Nariño; identificación de los municipios de Nariño más competitivos para realizar turismo teniendo en cuenta variables como inseguridad, infraestructura y los servicios turísticos y evaluación del desempeño de la revaluación del peso colombiano sobre el turismo de Nariño. Como se ve, es un trabajo que tiene como meta definir la importancia turística en la región, determinar sus características a nivel del Departamento e identificar la actividad como una alternativa de desarrollo regional, para ello recurre no solo al análisis cualitativo sino también cuantitativo de todas las variables que se involucran de forma más directa con el sector.

Se puede decir que existe una escasa investigación turística a nivel del municipio, el sector no ha sido estudiado con rigurosidad y la información con la que se cuenta actualmente no es suficiente para llevar a cabo acciones que beneficien a todos los sectores involucrados en la cadena del turismo. Dentro de las estadísticas municipales no hay un estudio que evalúe el comportamiento de la actividad a través del tiempo, no se realiza un análisis que dé cuenta del desarrollo histórico y actual del sector en base a cifras estadísticas, la cadena productiva del sector se encuentra asilada y sus efectos sobre la economía regional han sido poco dimensionados.

1.4 OBJETIVOS DE LA PASANTIA

1.4.1 Objetivo general. Diseñar las bases para un sistema de información estadística del sector turístico en el municipio de Pasto que contemple el levantamiento de información detallada, consistente, oportuna y representativa de la actividad, con el fin de realizar un seguimiento que facilite la formulación, evaluación y coordinación de políticas dirigidas al fortalecimiento del sector.

1.4.2 Objetivos específicos:

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación del turismo en el municipio de Pasto a partir de diversos estudios realizados por distintas entidades.
- ✓ Identificar las principales variables e indicadores que se van a trabajar en el sistema de información para el municipio de Pasto a través de una consulta a fuentes secundarias.
- ✓ Adoptar una metodología pertinente para la medición de las variables tenidas en cuenta dentro el sistema de información para el sector turístico en el municipio de Pasto.
- ✓ Presentar un informe estadístico con los datos existentes para algunas variables turísticas en el municipio de Pasto.

1.5 JUSTIFICACION DEL TEMA

Actualmente el proceso globalizador, como fenómeno dinámico y continuo generador de cambio en la sociedad, se fundamenta en las interconexiones de tipo económico, social, político, cultural y tecnológico que se establecen entre las diferentes regiones del mundo, en este sentido, se ha constituido lo que se denomina la “aldea global” concepto que abarca el sinnúmero de relaciones consolidadas a partir de la desaparición de las fronteras geográficas y espaciales; dentro de este contexto, además de la importancia que cobra la internacionalización del capital financiero, los flujos migratorias y el desarrollo las de tecnologías de la información y la comunicación, toma gran relevancia el auge significativo de la actividad turística como una nueva forma de articulación entre los países que incentiva constantemente la movilidad de personas a través de las fronteras nacionales, es una tendencia reciente con efectos transversales sobre las formas de vida especialmente en términos económicos y culturales puesto que los turistas son agentes de contacto que promueven la comunicación entre los pueblos y agilizan el proceso de unificación internacional.

En esta coyuntura el fortalecimiento del sector turismo es una de las estrategias de competitividad y productividad adoptada tanto por las economías desarrolladas como por las emergentes, se busca hacer frente a la competencia externa a través del el uso eficiente de las ventajas comparativas y competitivas propias de cada región, de ahí la importancia de que Colombia, e incluso a nivel regional el municipio de Pasto, vea en la industria turística una oportunidad de crecimiento y desarrollo a través de la generación de empleo e ingresos más altos para la población; por lo tanto, se hace necesario partir de un amplio conocimiento de la actividad y de su comportamiento a nivel local, plantear las bases para llevar a cabo un proceso de recolección de información cuantitativa del turismo es fundamental para que hacia futuro se pueda realizar una medición constante del mismo, además se crea el escenario para que se implementen acciones encaminadas al monitoreo de su progreso e impacto, especialmente en el ámbito económico, con el objetivo de magnificar su impacto sobre la población y realizar un seguimiento que fortalezca la planeación y toma de decisiones relacionadas con la actividad.

En el estudio denominado: Importancia del turismo para el desarrollo del departamento de Nariño a partir de la estimación de su cuenta satélite se destaca el hecho de que *los modelos económicos aplicados en muchos países industrializados no pueden ser implantados en los países en vía de desarrollo por las diferencias económicas, sociales, culturales, políticas y ambientales.*¹ Es por ello que se pretende estudiar el sector desde su realidad, es un trabajo endógeno que tiene como propósito incentivar a la mayor parte de actores activos de la cadena turística para que sean ellos quienes colaboren en la labor de recolección de información precisa y veraz, concientizándolos acerca de los beneficios que representa implementar un método estadístico, pues es importante que ellos sientan que al hacer parte de este proceso generaran un valor tanto para sí mismos como para el municipio.

1.5.1 Actualidad del tema. La propuesta sobre el diseño de las bases para un sistema de información estadística del sector turístico en el municipio de Pasto se realiza con el propósito de satisfacer las demandas de información existentes, se trata de plantear una base que permita generar un consolidado estadístico hacia futuro, que de forma continua, selectiva y con una drástica reducción de tiempo dé cuenta del comportamiento del sector así como de su impacto sobre la economía local.

Es fundamental que la población tenga acceso a la información de manera oportuna, esto influye en su comportamiento y afecta sus decisiones ya sean de consumo o de inversión en el sector, el trabajo que se va a ejecutar en la Secretaria de Desarrollo Económico tiene como fin organizar una metodología concreta a partir de la cual se pueda realizar, más adelante, un compendio estadístico organizado capaz de medir diferentes variables y generar indicadores confiables para las personas no solo del municipio sino también del exterior.

1.5.2 Necesidad del estudio. Es importante que a nivel del municipio de Pasto se tenga una base de información fiable y actualizada de la actividad turística, la ineficiente información existente del sector ha generado un desconocimiento generalizado de su importancia, incapacidad para elevar los niveles de rentabilidad y sostenibilidad, así como también, se ha constituido en una limitante en el proceso de creación de valor agregado dentro de la cadena del turismo.

El sector turismo representa una base importante del PIB nacional y es una base importante de la economía local, sin embargo, hace falta estructurar un sistema que permita conocer cómo y en qué medida se desarrolla la actividad, el presente estudio es necesario para que se inicie el proceso de cuantificación del comportamiento del turismo así como de su impacto, es preciso recopilar información a través del tiempo puesto que estudiar el pasado y las perspectivas o predicciones de la sociedad son fundamentales para adoptar decisiones acertadas.

¹ Víctor David Jaramillo Mejía. Diana Elizabeth Narváz Jácome. Importancia del turismo para el desarrollo del departamento de Nariño a partir de la estimación de su cuenta satélite. 2008.

1.5.3 Utilidad del estudio. El diseño del sistema de información se constituye en una herramienta fundamental para la posterior constitución de un consolidado o base de datos estadística de la actividad turística, de esta manera se tendrá los elementos para empezar un proceso de recolección de la información necesaria para el seguimiento del sector con lo cual se facilitara la toma de decisiones en busca de mejorar la situación o posición del municipio en términos del turismo a nivel nacional e internacional.

Esta propuesta, permitirá elevar el nivel de conocimientos que conduzcan al desarrollo de acciones oportunas localizadas en este sector de la economía, además es un tema que permite emprender un trabajo articulado de los entes de orden público-privado, lo que garantiza una participación más activa de los dos sectores en el proceso de construcción de un sistema de información sólido.

El desarrollo de este estudio para la actividad turística, es una estrategia que pone al alcance del municipio una herramienta de gestión, que de planearse y utilizarse correctamente, posibilite una mayor competitividad de la actividad mediante el trabajo mutuo del gobierno municipal y el sector empresarial, generalmente Mipymes, ligados al turismo.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

Partiendo del tema central de estudio, se tiene una definición conceptual de turismo válida y aceptada comúnmente que proviene de la OMT (Organización Mundial del Turismo) quien plantea que: “*el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos*”²; esta definición permite entender el concepto de forma clara y precisa, además expone algunas de las motivaciones por las que las personas practican la actividad, se especifica que el tiempo de permanencia en un lugar no puede ser mayor a 1 año, de lo contrario, no se consideraría a las personas como turistas sino residentes e incluye también a los negocios como un motivo de viaje turístico.

El turismo, por ser un servicio susceptible de ser demandado por cualquier persona, hace parte del sector terciario de la economía y hoy en día es una de las actividades de rápido crecimiento no solo en los países ricos sino también en las economías emergentes que han incursionado en esta área como alternativa de desarrollo regional; “*Según las estimaciones de la OMT, el crecimiento de turistas en los países de economías emergentes fue de 6% durante los primeros 6 meses de 2013, incremento de casi 2% frente al turismo que obtuvieron países de economías avanzadas y que evidencia el interés de las personas por explorar destinos diferentes a los convencionales*”³. Esto refleja un cambio en las tendencias mundiales, actualmente los países emergentes se han convertido en uno de los atractivos con significativa afluencia de turistas, en estas economías el sector cuenta con escenarios y condiciones aptas para su desarrollo lo que le ha dado gran importancia económica debido a que se constituye en fuente de riqueza, dinamiza otros sectores, promueve la creación y expansión de empresas y de otros servicios que a su vez crean muchos empleos.

Una definición estadística.

Desde esta concepción se recurre a la estadística como herramienta útil para conocer la evolución de la actividad así como también para realizar comparaciones con las demás regiones “*conocer cuántos viajan, cuál es la razón, lo que gastan, de donde proceden y hasta cosas como su nivel de estudios o su edad nos permiten saber cómo es la demanda y cómo mejorar de cara al futuro. Pero también con ellas podemos compararnos a los demás países, regiones o localidades. Por ejemplo, hoy sabemos que España es la cuarta potencia turística mundial en cuanto a llegada de visitantes y la segunda en cuanto a volumen de ingresos turísticos. Para eso se utilizan las estadísticas*”⁴; es preciso que en todos los lugares del municipio donde se desarrolle la actividad se implemente un sistema de información que coincida con los que se han adoptado en los países desarrollados,

² Turismo. <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.

³ Turijobs. Latinoamericana. Internacional. OMT Crecimiento de turismo en economías emergente fue de 6% <http://www.travelupdate.com.pe/internacional/29064-omt-crecimiento-de-turismo-en-economias-emergente-fue-de-6#sthash.ssOy0l4b.dpuf>

⁴ Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. EL TURISMO. Conceptos Y Definiciones E Importancia Actual. <http://www.um.es/aulaseniior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.

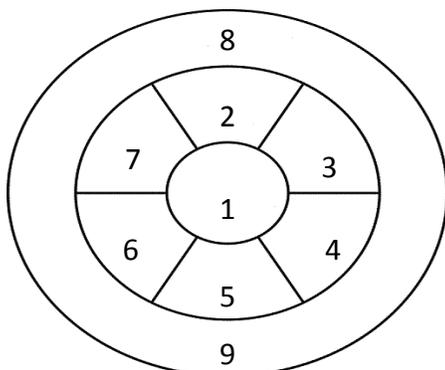
utilizar un mismo método de contabilización facilita las comparaciones, hablar en un mismo lenguaje en términos de datos estadísticos facilita la comprensión de los diferentes procesos que se llevan a cabo en las demás economías.

Enfoque sistémico.

Desde este enfoque, los modelos que surgen para el turismo, buscan representar o sistematizar elementos y relaciones características del fenómeno turístico; tratan de establecer sus interrelaciones así como identificar el conjunto de elementos relativos a la oferta y la demanda del sector; en este orden de ideas, el modelo de enfoque sistémico propuesto por Inskeep *“describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el status de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes”*⁵.

La actividad turística analizada desde este punto de vista se torna muy compleja, es difícil llegar a establecer todos sus componentes y elementos interrelacionados, el modelo propuesto por Inskeep es muy general pero ayuda a identificar algunos factores relevantes.

Grafica N°1. Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep



Fuente: Descripción modificada.
Estudios y perspectivas en turismo.

1. Ambiente natural, cultural y socioeconómico
2. Atracciones y actividades turísticas
3. Alojamientos
4. Otros servicios de turismo
5. Elementos institucionales
6. Otras Infra-estructuras
7. Transportes
8. Grupos de mercado de turismo doméstico e internacional
9. Utilización de atracciones e instalaciones para los habitantes

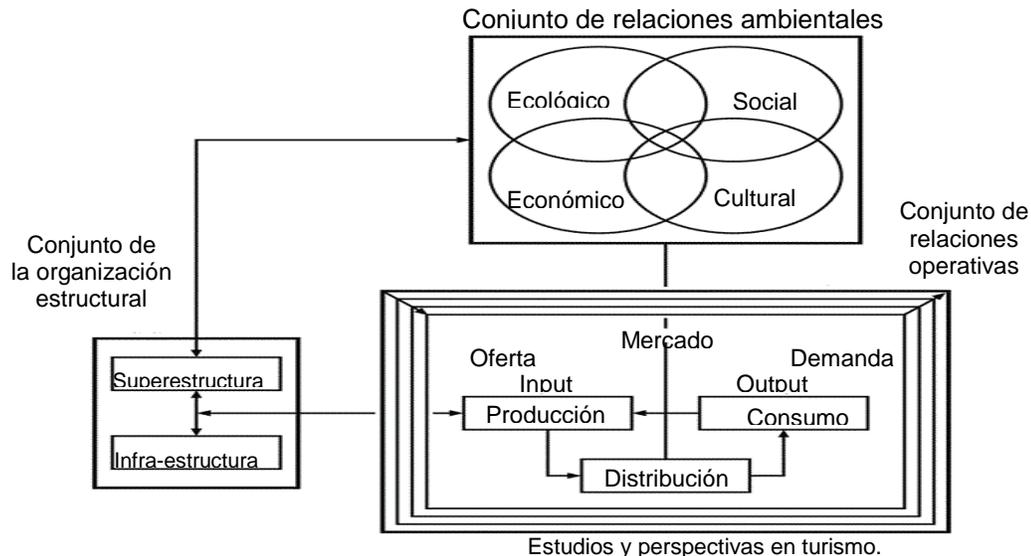
Como se observa en la figura, en este modelo se le da gran importancia al ambiente natural, cultural y socioeconómico de las regiones, estas condiciones se ubican en el núcleo del sistema a partir del cual se desarrolla la estructura turística.

⁵Glauber Eduardo de Oliveira Santos. Modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y perspectivas en Turismo <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713890005>

✓ Modelo de Beni.

Esta teoría plantea una estructura más compleja del sistema turístico. “Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las relaciones Operacionales”⁶.

Gráfica Nº2. Modelo teórico de enfoque estructural de Beni.



En este modelo los elementos que lo constituyen son tomados de manera más precisa, cada grupo representa un sistema que a su vez está constituido por un subsistema de relaciones que explican mejor el comportamiento y las variables que influyen en la actividad turística.

✓ Escuela económica del turismo.

En esta escuela se toma al turismo como un hecho de naturaleza económica, se lo considera un producto, una relación del mundo con el sujeto exterior que genera una utilidad final que se obtiene de la combinación de unos atractivos turísticos, una planta turística y unos servicios turísticos. Los precursores de esta escuela son Luis Fernández Fuster y Manuel Figuerola Palomo.

“Para Luis Fernández Fuster, el turismo es un fenómeno importante para las economías de los países debido a sus efectos multiplicados. Para Luis Figuerola palomo, el turismo lo justifica su trascendencia económica, que estimula directa e indirectamente otros sectores productivos y un gran generador de divisas que garantiza grandes aportes para el producto interno bruto del país y en la balanza de pagos”⁷.

Se puede ver que se le da importancia al turismo por los beneficios económicos que brinda al país o región en donde se practica esta actividad.

⁶ Ibíd.

⁷ Ana Karina Salazar, Carlos Pérez, Luisannys León. "TURISMO". Información Sobre El Turismo. Universidad de oriente. <http://turismoinforma.blogspot.com/>

✓ Teorometría

Es una herramienta de estudio económico del Turismo, “*Actividad científica que se ocupa de medir el turismo, diseñando modelos como: Modelos explicativos, Modelos de decisión, Modelos de Predicción*”⁸. La medición se realiza partiendo de la teoría y mediante el uso de métodos estadísticos, los modelos explicativos también se conocen como de comportamiento de la actividad turística, los de decisión marcan alternativas de elección en la política turística y los de predicción se realizan mediante la deducción de las variables de influencia.

Los modelos estadísticos que se aplican al turismo se definen como teorométricos, la Teorometría (estadística turística) es una rama de la econometría que se ocupa de la medición del turismo usando para ello modelos matemáticos.

✓ Cuenta satélite del turismo.

Cuando se busca establecer la magnitud e importancia del sector turístico, surge el concepto de cuenta satélite del turismo como una nueva herramienta teorométrica de análisis cuantitativo, según la OMT se define como: “*un nuevo instrumento estadístico de conceptos, definiciones, agregados, clasificaciones y tablas; es decir, un instrumento compatible con las directrices internacionales de la contabilidad nacional, que permitirá realizar comparaciones válidas entre regiones, países o grupos de países y, hacer también comparables estas estimaciones con otros agregados macroeconómicos y compilaciones admitidas internacionalmente*”⁹;

Al hablar de la elaboración de estadísticas de la actividad turística en el municipio, implica manejar el término de cuenta satélite del turismo, que se constituye en la representación final del todo el sistema turístico; su construcción es de gran importancia política en términos de que las cifras posibilitan un mejor proceso de toma de decisiones por parte de los agentes económicos; es un instrumento que sirve para describir el turismo mediante la elaboración de las cuentas de toda su actividad.

“*La estructura fundamental dentro de la cuenta satélite de turismo (CST) se basa en el equilibrio general que existe dentro de una economía entre la demanda de bienes y servicios generada por el turismo y su oferta*”¹⁰, esta cuenta brinda información sobre agregados macroeconómicos para toda la economía turística y permite realizar una evaluación de la actividad como fenómeno económico.

⁸ José Luis Castaño Muñoz. Seminario de grado. Módulo: Contexto Socioeconómico Del Turismo.
[http://es.scribd.com/doc/4719055/presentacion-economica-](http://es.scribd.com/doc/4719055/presentacion-economica)

⁹ Comisión de las comunidades europeas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, OMT, División estadística de Naciones Unidas. Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, Paris. 2001

¹⁰ *Ibid.*

2.2 MARCO CONTEXTUAL

TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL

Actualmente existe una dinámica creciente del sector turismo, los países del mundo en los últimos años han enfocado varias acciones al fortalecimiento de la actividad turística en sus diferentes regiones, lo que ha convertido al sector en una importante rama de la economía en general; así mismo, dentro del contexto internacional surgen constantemente nuevas herramientas que permiten que se dé una rápida adaptación a los cambios y que se responda fácilmente a las exigencias del mercado turístico convirtiendo a esta industria en una de las más prosperas de las últimas décadas.

En el año 2013 el turismo internacional presentó un comportamiento favorable, registrando un crecimiento positivo del 5%, alcanzando los 1.087 millones a nivel de llegadas de turistas internacionales y su efecto en la generación de ingresos con respecto al crecimiento observado en el año 2012 es positivo, este incremento fue impulsado principalmente por las economías emergentes y la gran mayoría de destinos a nivel mundial presentó cifras positivas durante este periodo. *“A pesar de las dificultades económicas que ha experimentado el mundo, los resultados del turismo internacional estuvieron muy por encima de las expectativas, y en 2013 viajaron 52 millones de turistas internacionales más que el año anterior. Para 2014, la OMT prevé un crecimiento de entre el 4% y el 4,5%, superando nuevamente las proyecciones a largo plazo existentes”*¹¹.

Según la OMT *“Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos”*.¹²

El avance de la industria turística a nivel mundial está fuertemente relacionado con el crecimiento económico y desarrollo de las naciones, la constante lucha por elevar los niveles de competitividad de los subsectores fortalece cada vez más la competencia entre países, territorios, regiones o clusters y entre destinos turísticos internacionales que están en busca de mayores valores agregados y el desarrollo de ventajas competitivas que les permitan satisfacer necesidades con parámetros de calidad, productividad y diferenciación de productos demandados por los turistas.

Bajo el modelo neoliberal y el actual proceso globalizador así como el cambio en las tendencias recientes, a escala mundial, el turismo se ha convertido en elemento importante del progreso socioeconómico debido a que en todos los países y regiones del planeta la actividad genera empleos, ingresos por exportaciones, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. En conclusión sus efectos repercuten sobre muchos de

¹¹ OMT. El turismo internacional supera las expectativas con 52 millones llegadas adicionales en 2013. Madrid. 2014. <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-a>

¹² Organización Mundial del Turismo OMT. ¿Por qué el Turismo? El turismo: un fenómeno económico y social. <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

los sectores relacionados a la actividad, por lo tanto su crecimiento es clave para el logro de la prosperidad y el bienestar mundial.

Grafica N°3. Importancia del turismo



Fuente: Panorama OMT del turismo internacional

Realizando un balance del turismo internacional y analizando las cifras de la actividad turística, se tiene que su participación en el PIB mundial es del 9% considerando efectos directos, indirectos e inducidos; crea 1 de cada 11 empleos, alrededor de 300 millones de puestos de trabajo existentes en el mundo directos, indirectos e inducidos; genera 1,3 billones de dólares estadounidenses en exportaciones, representa el 6% del comercio internacional o de exportaciones mundiales y el 6% de las exportaciones de los países menos desarrollados; estos datos reflejan la importancia económica del sector en el contexto internacional y dentro del ranking de exportaciones el turismo ocupa el puesto número 5 después de los combustibles, los productos químicos, los productos alimentarios y la automoción, aunque son muchos los países en desarrollo en los que se sitúa a la cabeza.

Llegada de turistas internacionales

A pesar de las ocasionales perturbaciones de las economías, la llegada de turistas internacionales ha presentado un crecimiento constante, cifras de la OMT demuestran que este ha ido desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995, los 1.035 millones en 2012 y los 1.087 millones en el 2013, para este último año las estadísticas demuestran que la llegada de turistas internacionales, a nivel general, creció en un 5% con respecto al año 2012 superando la barrera histórica de los mil millones de llegadas, las regiones que presentaron un mayor crecimiento en este año fueron Asia y el Pacífico, África y Europa.

Grafica N° 4. Panorama mundial 2013.



Fuente: Organización Mundial del Turismo

En el panorama mundial de la OMT para el año 2013, la región con mayor crecimiento fue Asia y el Pacífico presentando un incremento del 6% frente al año 2012 lo que equivale a 14 millones de llegadas de turistas internacionales más que en el año anterior, África en el año 2013 también tiene un crecimiento importante del 6% equivalente a un aumento de 13 millones de turistas en este año, en el caso de Europa que es la región que acapara más de la mitad del total mundial en llegada de turistas internacionales obtuvo un crecimiento del 5% logrando un aumento alrededor de los 29 millones en el número de llegadas en este periodo, América un comportamiento favorable alcanzando un crecimiento del 4%; por su parte Medio Oriente presenta un panorama desfavorable, en esta región el crecimiento durante el año 2013 fue nulo lo que demuestra que no se ha podido superar los conflictos y las limitaciones que tiene la región.

Tabla Nº 1. Llegada de turistas Internacionales por subregiones. 2000-2012*-2013*.

	Año completo					Cuota de Variación			Datos mensuales/trimestrales									
	2000	2005	2010	2011	2012*	2012*	12*/11	2013*	% de variación sobre el mismo periodo del año anterior)									
									(Millones)					(%)	(%)	AHF	2013*	
									T1	T2	Ene.	Feb.	Mar.	Abri.	May.	Jun.	T1	T2
Mundo	677	807	949	996	1005	100	4	5,2	7	3,9	3,9	7,4	9,4	0,2	6,1	5	6,2	3,7
Economías Avanzadas	420	459	507	531	552	53,3	3,9	3,9	5,1	3,1	0,3	6,5	8,1	-1,3	5,6	4	6	3,6
Economías Emergentes	256	348	443	464	484	46,7	4,2	6,2	7,8	4,7	6,6	7,1	9,7	2	6,4	5,5	6,4	3,8
Por regiones de la OMT																		
Europa	388	448,9	485,4	516,8	434,6	51,6	3,5	5,1	6,8	4	2,5	7,9	9,6	-0,4	7,1	4,5	4,3	3,2
Europa del Norte	46,4	60,4	62,8	64,5	66,7	6,3	1,9	3,4	4,1	3	-0,8	10,4	3,5	-3,5	6,1	5	4,7	2,7
Europa Occidental	139,7	141,7	154,4	161,5	166,7	16,1	3,2	1,7	5,2	-0,8	-1,3	5,4	10,4	-6,6	2,3	0,7	5	3,3
Europa Central/Oriental	69,3	90,4	95	103,9	111,6	10,8	7,4	9,6	11,9	8	10,7	12,7	12,1	6,8	9,3	7,9	8,1	8,1
Eur. Meridional/Medit	132,6	156,4	173,3	186,9	190,7	18,4	2	6,1	6,2	6,1	1,7	6,1	9,7	1,3	10,3	5,9	0,6	0,7
de los cuales EU-27	326,8	356,1	371	391,4	401,2	38,8	2,5	2,8	4,4	2,8	0,5	5,5	7,6	-3,8	5,1	3,2	4,2	2,2
Asia y el Pacífico	110,1	153,6	205,1	218,5	233,6	22,6	6,9	6,2	7,3	5,2	4,7	6,8	10,2	2,4	6,1	7,1	8,7	8
Asia del Nordeste	58,3	85,9	111,5	115,8	122,8	11,9	6	2,6	3,7	1,6	1,9	1,7	7,1	-1,4	2	4,5	8,4	8,6
Asia del Sudeste	36,1	48,5	70	77,5	84,6	8,2	9,1	11,6	12,6	10,4	9,5	13,5	15,1	8,2	12,1	11,1	10	7,7
Oceanía	9,6	11	11,6	11,7	12,1	1,2	4,1	4,1	4,9	3,1	-1,8	7,7	8,8	0,2	4,6	4,9	4,5	5,2
Asia Meridional	6,1	8,1	12	13,5	14,1	1,4	4,4	7,4	6,7	8,3	4,3	6,9	9,1	6,3	10,2	8,6	7,8	6,2
Américas	128,2	133,3	150,6	156	163,1	15,8	4,6	2,2	2,2	2,2	1	1,1	4,4	-0,3	3,4	3,5	7,3	3
América del Norte	91,5	89,9	99,5	102,1	106,7	10,3	4,5	3,1	3,2	3	2,1	3,5	3,8	1,7	3,5	3,9	8,1	2,1
El Caribe	17,1	18,8	19,5	20,1	20,9	2	3,8	0,1	0,3	-0,1	-0,9	3,8	4,9	-4,1	2,7	2	3,9	4,4
América Central	4,3	6,3	7,9	8,3	8,9	0,9	7,3	3,6	4	3	2,1	3,6	6,5	0	5	4,4	8,2	7,9
América del Sur	15,3	18,3	23,6	25,5	26,7	2,6	4,7	0,3	0,5	0	-0,9	2,2	5,4	-4,9	3,1	2,4	7,5	4,4
África	26,2	34,8	49,8	49,4	52	5	5,4	3,8	2,8	4,7	-1,1	0,5	9,3	-1,5	7,2	8,6	2,6	5,8
África del Norte	10,2	13,9	18,8	17,1	18,5	1,8	8,3	4	1,7	5,6	-1,6	3,2	8,4	-3,8	9,7	10,1	9,5	11,8
África Subsahariana	16	20,9	31	32,3	33,6	3,2	3,8	3,7	3,3	4,1	-1	1,9	9,7	-0,2	5,7	7,4	0	2,5
Oriente Medio	24,1	36,3	58,2	54,9	51,9	5	-5,4	12,9	25,5	1,1	27,2	31,3	19	-0,4	1,8	2	9	-7

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) - Agosto 2013

La anterior tabla demuestra el comportamiento histórico de la llegada de turistas internacionales a nivel mundial desde el año 2000 hasta el 2012* y 2013*; en términos generales las economías avanzadas cuentan con una mayor cuota de mercado, abarcan más del 50% mientras que para las economías emergentes la cuota es cercana al 47%, sin embargo, las actuales tendencias demuestran que el ritmo de crecimiento se acelera en estas economías, según la OMT en los últimos años los mercados emergentes han sido claves en el crecimiento del sector turístico y se prevé que su participación seguirá incrementándose hasta alcanzar una cuota de mercado del 57% en el largo plazo, lo que equivaldría a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales para el año 2030, un crecimiento superior a la expectativas que se tiene para las economías avanzadas.

Haciendo una comparación del año 2012 frente al 2011, la variación porcentual en términos de llegada de turistas para las economías avanzadas fue de 3,9% y para las emergentes del 4,2%. Analizando el comportamiento histórico de las regiones de la OMT por separado se tiene que Europa a lo largo del periodo tiene el mayor número de llegadas con 388 millones, le sigue América con 128,2 millones, luego Asia y el Pacífico con 110,1 millones, posteriormente se encuentra África con 26,2 millones y finalmente Medio Oriente con 24,1 millones de llegadas de turistas internacionales.

Realizando una comparación del primer y segundo trimestre del año 2013 frente al año 2012, se observa que en el último año las economías emergentes presentaron un mayor porcentaje de variación para el T1 y el T2.

Ingresos por turismo internacional

Según informes de la Organización Mundial del Turismo el crecimiento de los ingresos generados por la actividad de alguna manera se equiparan al incremento en el número de llegadas de turistas internacionales, para el año 2012 el incremento de los ingresos a nivel mundial en términos reales fue del 4% y la cifra alcanzada es de 1 billón 75 mil millones de dólares de los EEUU equivalentes a 837.000 millones de Euros. Se puede ver que existe una correlación entre el número de llegadas y los ingresos generados por turismo internacional, los dos indicadores presentan un crecimiento del 4% con relación al año 2011.

Ante este panorama, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai dijo lo siguiente: *“Resulta alentador comprobar que el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales fue igualado por un crecimiento comparable del gasto, a pesar de los continuos retos económicos”, de igual forma argumentó que «Teniendo en cuenta que el turismo es una exportación clave para muchas economías del mundo, este resultado es una buena noticia, ya que proporciona reservas de divisas a los destinos y contribuye a la creación de empleo tanto en el turismo como en sectores económicos afines»*¹³.

Analizando el comportamiento por regiones, Asia y el Pacífico presentaron el mayor crecimiento de los ingresos durante este periodo con una variación del 6,2% frente al año 2011, le sigue América con un porcentaje del 5,9%, luego esta África con un porcentaje de crecimiento del 5,8%, posteriormente se encuentra Europa con un incremento del 2,3% y finalmente Medio Oriente que presentó una variación negativa del 2% en sus ingresos por turismo internacional, esta situación se debe a la permanente incertidumbre política, sin embargo, la región experimenta una mejoría relativa frente a la caída que vivió en el año 2011 en donde los ingresos presentaron una variación del -14,1%.

¹³ OMT. Comunicado de Prensa. Los ingresos por turismo internacional crecieron un 4% en 2012. Madrid.
<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-05-15/los-ingresos-por-turismo-internacional-crecieron-un-4-en-2012>

Tabla Nº 2. Ingresos por turismo internacional. 2011-2012*.

	Ingresos por turismo internacional Monedas locales, Precios Constantes		Cuota de mercado	\$EEUU			Euro		
	Variación %			Ingresos			Ingresos		
	11/10	12*/11		(Miles de millones)	Por Llegada	(Miles de millones)	Por Llegada		
	2012*	2011		2012*	2011	2012*	2012*		
Mundo	4,7	4	100	1042	1075	1040	749	837	810
Economías Avanzadas	5,9	4,3	64,1	672	689	1250	482	536	970
Economías Emergentes	2,8	3,6	35,9	371	386	800	266	300	620
Por regiones de la OMT									
Europa	5,2	2,3	42,6	466,7	457,8	8,6	335,3	356,3	670
Europa del Norte	3,4	5,2	6,7	69,8	72,4	1220	50,1	56,3	870
Europa Occidental	4,3	3	14,6	161,6	157	940	116,1	122,2	730
Europa Central/Oriental	7,8	5,2	5,3	56	57	510	40,2	44,3	400
Eur. Meridional/Medit	6	-0,3	15,9	179,3	171,4	900	128,8	133,4	700
de los cuales EU-27	4,3	1,9	34,2	378,3	367,7	920	271,8	286,2	720
Asia y el Pacífico	8	6,2	30,1	298,6	323,9	1390	214,5	252,1	1080
Asia del Nordeste	8,8	8,3	15,5	149,6	166,8	1360	107,5	129,9	1060
Asia del Sudeste	12,8	6,6	8,5	84,4	91,7	1080	60,7	71,3	840
Oceanía	-5,7	-1,5	3,8	40,8	41,2	3390	29,3	32,1	2640
Asia Meridional	12,1	5,2	2,2	23,7	24,2	1710	17	18,8	1330
Américas	5	5,9	19,8	197,9	212,6	1300	142,2	165,5	1010
América del Norte	5,9	6,7	14,5	144,2	156,4	1470	103,6	121,7	1140
El Caribe	-0,5	2	2,3	23,5	24,5	1170	16,9	19,1	910
América Central	0,7	8,9	0,7	7,1	8	900	5,1	6,2	700
América del Sur	6,7	3,6	2,2	23,1	23,7	890	16,6	18,5	690
África	1,6	5,8	3,1	32,7	33,6	640	23,5	26,1	500
África del Norte	-5,5	2,4	0,9	9,6	6,4	510	6,9	7,3	390
África Subsahariana	4,9	7,2	2,3	23,1	24,2	720	16,6	18,9	560
Oriente Medio	-14,1	-2	4,4	46,4	47	900	33,4	36,6	700

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) - Agosto 2013

Las economías avanzadas o desarrolladas perciben mayores ingresos provenientes del turismo internacional, debido a que son estas las economías con mayor número de llegadas de turistas internacionales, para el año 2012 sus ingresos fueron de 689 miles de millones de dólares (837 miles de millones de Euros) y una cuota de mercado del 64,1% mientras que las economías emergentes obtuvieron 536 miles de millones de dólares (837 miles de millones de Euros) y su participación en el mercado fue del 35,9%.

En este contexto, Europa es la región que tiene una mayor participación dentro de esos ingresos internacional con 457.800 millones de dólares y mantiene la cuota de mercado más elevada a nivel mundiales correspondiente al 42,6%, Asia y el Pacífico le siguen con 323.900 millones de dólares y obtuvo el 30,1% de los ingresos, América alcanza 212.000 millones de dólares como ingresos y una cuota del 19,8%, Medio Oriente obtuvo 47.000 millones de dólares con una cuota de mercado del 4,4% y finalmente esta África que consiguió 33.600 millones de dólares en ingresos por turismo internacional y una cuota de mercado del 3,1%.

“El valor de exportación del transporte internacional de pasajeros en 2012 se ha estimado en 213.000 millones de dólares de los EE.UU. (166.000 millones de euros). Los ingresos

totales por turismo internacional, incluido el transporte internacional de pasajeros, llegaron a 1,3 billones de dólares (1,0 billones de euros) en 2012. En otras palabras, el turismo internacional contribuye con 3.500 millones de dólares (2.700 millones de euros) diarios a los ingresos mundiales por exportación¹⁴.

Principales destinos turísticos del mundo 2011-2012

- **Por número de llegadas**

En el registro de los 10 lugares turísticos más importantes a nivel mundial según el número de llegadas turistas internacionales, se tiene la siguiente clasificación:

Tabla Nº 3. Principales destinos turísticos mundiales. 2011-2012*.

Clasificación por número de llegadas.

Rango		Millones		Variación (%)	
		2011	2012*	11/10	12*/11
1	Francia	81,6	83	5	1,8
2	EEUU	62,7	67	4,9	6,8
3	China	57,6	57,7	3,4	0,3
4	España	56,2	57,7	6,6	2,7
5	Italia	46,1	46,4	5,7	0,5
6	Turquía	34,7	35,7	10,5	3
7	Alemania	28,4	30,4	5,5	7,3
8	Reino Unido	29,3	29,3	3,6	-0,1
9	Federación de Rusia	22,7	25,7	11,9	13,4
10	Malasia	24,7	25	0,6	1,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT). Junio 2013

Francia es el país que lidera las posiciones en esta categoría, con una llegada de turistas internacionales de 81,6 millones en el año 2011 y 83 millones en al año 2012; le sigue Estados Unidos y luego China, que son los países que ocupan los 3 primeros lugares a nivel mundial durante los dos años.

Analizando las variaciones porcentuales del año 2012 con respecto al año 2011, en términos de llegadas de turistas internacionales, los países que registraron un mayor cambio o crecimiento fueron la Federación Rusa con 13.4%, Alemania con 7,3% y Estados Unidos con 6,8%.

¹⁴ Panorama OMT del turismo internacional, edición 2013. UN WTO.
http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_hr.pdf

- **Por volumen de ingresos**

En el registro de los 10 lugares turísticos más importantes a nivel mundial según el volumen de ingresos por turismo internacional, se tiene la siguiente clasificación:

Tabla Nº 4. Principales destinos turísticos mundiales. 2011-2012*.

Rango		Clasificación por volumen de ingresos.				Monedas Locales	
		\$EEUU				Variación (%)	
		Millones de Millones		Variación (%)		Variación (%)	
		2011	2012*	11/10	12*/11	11/10	12*/11
1	EEUU	115,6	126,2	11,7	9,2	11,7	9,2
2	España	59,9	55,9	14	-6,6	8,6	1,2
3	Francia	54,5	53,7	16,2	-1,5	10,7	6,7
4	China	48,5	50	5,8	3,2	1	0,8
5	Macao (China)	38,5	43,7	38,3	13,7	38,6	13,3
6	Italia	43	41,2	10,9	-4,2	5,6	3,8
7	Alemania	38,9	38,1	12,1	-1,9	6,7	6,2
8	Reino Unido	35,1	36,4	8,2	-3,7	4,4	5,2
9	Hong Kong	27,7	32,1	24,6	16	24,9	15,6
10	Australia	31,5	31,5	8,1	0,2	-3,8	-0,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT). Junio 2013

La tabla anterior muestra el ranking de los 10 principales destinos turísticos en términos de ingresos, encabeza la lista los Estados Unidos con 115,6 miles de millones de dólares en el año 2011 y 126,2 en el año 2012, la segunda posición la ocupa España y en tercer lugar se encuentra Francia; los tres países registran un alto volumen de ingresos derivados de la actividad, cabe destacar que uno de los países más sólidos en esta clasificación a nivel mundial es los Estados Unidos quien acapara gran cantidad de ingresos y demuestra que sus resultados son notables y positivos durante los últimos años.

Analizando las variaciones del año 2012 con respecto al año 2011, las regiones que registran un mayor crecimiento en términos de ingresos fueron Hong Kong (China) con 15,6%, le sigue Macao (China) con 13,3% y Estados Unidos con 9,2%.

Tabla Nº 5. Llegada de turistas a America. 2010-2013*.

Región	2010	2011	2012	2013*	Variación % 2013*/2012
Total América	150,6	156	163	168,9	3,6%
América del Norte	99,5	102,1	106,7	111,4	44%
El Caribe	19,5	20,1	20,7	20,9	1%
América Central	7,9	8,3	8,9	9,2	3,4%
América del Sur	23,6	25,5	26,7	27,4	2,6%

Fuente: Organización Mundial del Turismo

Analizando las cifras para América, según la OMT la llegada de turistas internacionales a esta región en el 2013 creció 3,6% (168,9 millones) frente al año 2012 (163 MM), la mayor variación se presentó en América del norte con 4,4% seguido de América Central con 3,4, mientras que América del sur y el Caribe registraron crecimientos de 2,6% y 1% respectivamente.

TURISMO A NIVEL NACIONAL

Colombia es un país turístico, millones de turistas lo visitan todos los años atraídos por sus playas, recursos naturales y paisajísticos, abundante patrimonio artístico, cultural, variedad de ofertas gastronómicas. Colombia es considerada como una de las regiones más ricas en patrimonio cultural de América.

La actividad turística en Colombia ha mostrado una dinámica creciente importante, esto se da a partir de la recuperación económica iniciada en el año 2003 y de la mejora en las condiciones de seguridad del país que ha generado un incremento en el número de turistas internacionales que visitan el país y un aumento significativo de divisas.

A pesar del conflicto interno y la violencia generalizada que ha marcado al país, Colombia es una nación visitada por muchos extranjeros por sus particularidades como por ejemplo: es el único país de Sur América con acceso al pacífico y al mar caribe, posee variedad geográfica y de climas, variedad de flora y fauna, cultura, paisajes, riqueza gastronómica y calidad humana.

“En 2013 las exportaciones colombianas de las cuentas de viajes y transporte de pasajeros sumaron USD 3.639 millones, lo que representó una participación del 5,6% dentro de las ventas externas totales y consolida al turismo como el tercer renglón generador de divisas en el país después de petróleo y derivados, y carbón”¹⁵. El sector turismo en Colombia participa con el 5,6% de las exportaciones totales de bienes y servicios y en el primer bimestre del año 2014 la llegada de viajeros no residentes a este país creció en un 8.7% según cifras del Ministro de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) que es el regulador del turismo en Colombia.

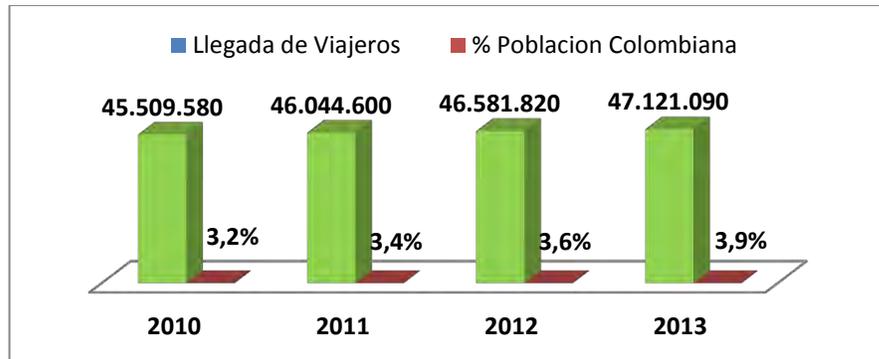
Durante el periodo comprendido entre enero y junio del año 2013, Colombia registro el ingreso de 1.247.592 viajeros no residentes, 8.6% más que en el mismo periodo del año 2012 (1.149.200).

De ese total de ingresos:

- 803.919 lo hizo por los puntos aéreos, marítimos y terrestres de control migratorio
- 169.689 fueron pasajeros en cruceros
- 273.984 correspondió a colombianos no residentes en el país

¹⁵ MinCIT. Turismo se consolida como tercer generador de divisas en el país.
<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=9631>

Grafica N° 5. Llegadas de viajeros extranjeros a Colombia y porcentaje respecto a la población Colombiana por año, 2010-2013.



Fuente: Esta Investigación en base a datos de PROEXPORT COLOMBIA y DANE.

Analizando las cifras por año, se observa un crecimiento constante en la llegada de viajeros extranjeros a Colombia, pasando de 1.474.884 llegadas en el año 2010 a 1.832.098 al cierre del año 2013, lo que representó un incremento del 8.2% frente al año 2012.

Con respecto al total de la población colombiana para cada uno de los años de referencia se tiene que el número de llegadas en el año 2010 equivale al 3,2%, en el año 2011 al 3,4%, en el año 2012 al 3,6% y en el año 2013 al 3,9% evidenciando un crecimiento de la participación sobre el total.

Grafica N° 6. Llegadas de viajeros extranjeros por país de nacionalidad 2011-2013.



Fuente: Migración Colombia, cálculos PROEXPORT

Como se observa en la gráfica anterior durante los tres años, el principal emisor de viajeros hacia Colombia fue Estados Unidos, las cifras de llegadas procedentes de este país presentan un comportamiento creciente llegando a 336.454 llegadas en el 2013. El segundo país que registra un número significativo de llegadas a Colombia durante este periodo fue Venezuela con 228.934 en el año 2011 y 261.343 para el año 2013.

Durante el año 2013, los países que más aportaron al crecimiento de las llegadas de viajeros internacionales al país fueron, en orden de importancia: Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Ecuador, Perú, España, México, Brasil, Chile y Alemania. En términos generales, las regiones con mayor participación en emisión de viajeros hacia Colombia son Norteamérica y Suramérica.

Cabe destacar que en el año 2013, Turismo, eventos y trabajo fueron los principales motivos de viaje de los extranjeros que llegaron al país.

Tabla Nº 6. Viajeros extranjeros no residentes.

Principal ciudad de destino reportada al ingresar. Número de llegadas.

Ciudad	Enero - Junio	
	2012	2013
Bogotá, D.C	401161	415908
Cartagena	99078	110749
Medellín	70139	81536
Cali	46418	52093
San Andrés	26650	29715
Barranquilla	25333	24344
Cúcuta	11186	12866
Santa Marta	10986	10692
Bucaramanga	9476	8563
Pereira	7602	8381
Otras	48543	49072
Total-	756572	803919

Fuente: Cálculos OEE – MCIT.
Cifras provisionales

La gráfica demuestra que para los años 2012 y 2013 Bogotá, Cartagena y Medellín son las ciudades que registran un mayor número de llegadas de turistas extranjeros no residentes y dentro de este ranking de ciudades Bucaramanga y Pereira son las que menos viajeros han recibido durante los dos años.

Según el Ministro de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) en los seis primeros meses de 2013, Bogotá (51,7%), Cartagena (13,8%) y Medellín (10,1%) fueron los principales destinos a visitar reportados al ingresar al país por los viajeros extranjeros no residentes en Colombia. Se destaca el crecimiento de Medellín (16,2%), Cúcuta (15,0%) y Cali (12,2%) y la disminución de Bucaramanga (-9,6%), Barranquilla (-3,9%), y Santa Marta (-2,7%).

Tabla Nº 7. Viajeros extranjeros no residentes.

Motivo de Viaje	Enero-Junio	
	2012	2013
	Vacaciones, recreo y ocio	489195
Negocio y motivos profesionales	89761	121243
Trabajo	82286	87396
Tránsito	31800	24526
Educación y formación	5267	5082
Salud y atención médica	2225	2173
Otros motivos	56038	49150
Total no residentes	756572	803919

Fuente: Cálculos OEE – MCIT. Cifras provisionales

En los años 2012 y 2013, el principal motivo de viaje reportado por los viajeros no residentes en el país fue vacaciones, recreo y ocio (489.195 – 514.349 respectivamente), seguido de negocios y motivos profesionales, trabajo, tránsito, educación y formación llegando al último motivo que fue a salud y atención médica.

Los viajeros no residentes que llegaron a Colombia en este periodo (6 primeros meses del año 2013) se caracterizaron por:

- El principal punto migratorio de ingreso fue la ciudad de Bogotá (67,9%)
- El medio de transporte más utilizado fue el aéreo (90,1%)
- Edad entre los 21 y 60 años (79,9%)
- Sexo masculino (62,0%)
- Los principales motivos de viaje fueron los relacionados con vacaciones, recreo y ocio (64,0%), negocios y motivos profesionales (15,1%) y trabajo (10,9%).

Tabla Nº 8. Balanza de pagos: Viajes y transporte de pasajeros

(Valores y variaciones anuales).

	Año		% Var	Trimestre		% Var
	2012	2013		IV 2012	IV 2013	
EXPORTACIONES						
Viajes	2354	2491	5,8%	609	618	1,5%
Transporte de pasajeros	903	1148	27,1%	241	309	28,2%
Total	3257	3639	11,7%	850	927	9,1%
IMPORTACIONES						
Viajes	2627	2992	13,9%	754	760	0,8%
Transporte de pasajeros	737	544	-26,2%	139	149	7,2%
Total	3364	3536	5,1%	893	909	1,8%
SALDO						
Viajes	-273	-501		-145	-142	
Transporte de pasajeros	166	604		102	160	

Fuente: MinCIT

En la balanza de pagos de Colombia del año 2013 los ingresos de la cuenta de viajes crecieron 5.8% frente al año 2012 en donde se registraron USD 2.354 mientras que en el año 2013 se registraron USD 2.491. Por su parte, los egresos por esta misma cuenta presentaron una variación de 13.9% con respecto al año anterior.

Los ingresos en la cuenta de transporte de pasajeros registró un total de US\$ 1.148 en 2013, equivalente a un 27,1% más que el mismo período del año 2012 que registro USD 903. Los egresos por este mismo concepto en el año 2013 presentaron una disminución de 26.2% con relación al año 2012.

Comportamiento del turismo receptivo en primer bimestre de 2014

La viceministra de Turismo, Sandra Howard Taylor, resaltó que durante el primer bimestre de 2014 Colombia registró 669.099 viajeros no residentes, cifra que representó un crecimiento de 8,7% frente al mismo periodo de 2013.

De los 669.099 viajeros no residentes:

- 302.783 fueron extranjeros no residentes
- 87.743 fueron pasajeros en cruceros
- 71.286 fueron colombianos no residentes en el país
- El monto restante fueron visitantes llegados a través de las zonas de integración fronteriza.

En enero del año 2014 Colombia registró una llegada de 234.851 viajeros no residentes, 11,9% más que en el mismo mes de 2013 (209.967), de los cuales:

- 150.805 fueron extranjeros no residentes
- 51.121 fueron pasajeros en cruceros
- 32.925 fueron colombianos no residentes en el país.

TURISMO A NIVEL REGIONAL

El departamento de Nariño se destaca por su oferta cultural, especialmente en materia del turismo religioso. Dentro de la ruta Sur occidental las ciudades de Pasto e Ipiales son los principales destinos de los viajeros interesados en conocer imponentes, majestuosos y hermosos monumentos, iglesias y santuarios.

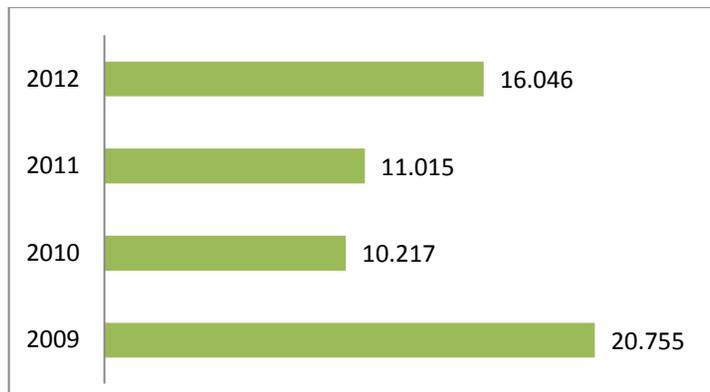
En Ipiales, por ejemplo, se encuentra el santuario de las Lajas, una de las catedrales más importantes de Colombia, su llamativa arquitectura la convierten en un atractivo de gran valor histórico y religioso para visitantes de todo el mundo.

Por su parte el municipio de Pasto cuenta con una de las fiestas más significativas y autóctonas del país, El Carnaval de Negros y Blancos que es patrimonio cultural de la nación y se celebra anualmente durante el mes de enero.

En términos del turismo de compras, Nariño cuenta con una amplia gama de productos artesanales de gran reconocimiento a nivel nacional e internacional, se considera como núcleo principal artesanal con 14,34% de participación en el número de artesanos del país, por esto Nariño es considerado el principal centro artesanal de Colombia.

Nariño es tomado como potencial turístico en Colombia gracias a su posición geoestratégica, su condición de zona frontera con el Ecuador y por tener tres ecosistemas: Andino, Pacífico y Amazónico. Entre los principales servicios turísticos que se ofrecen están: Turismo deportivo, religioso, cultural, científico, de salud, compras, ecoturismo, gastronómico, etnoturismo y de aventura.

Gráfica N° 7. Llegada de Viajeros Extranjeros al Departamento de Nariño. 2009-2012.

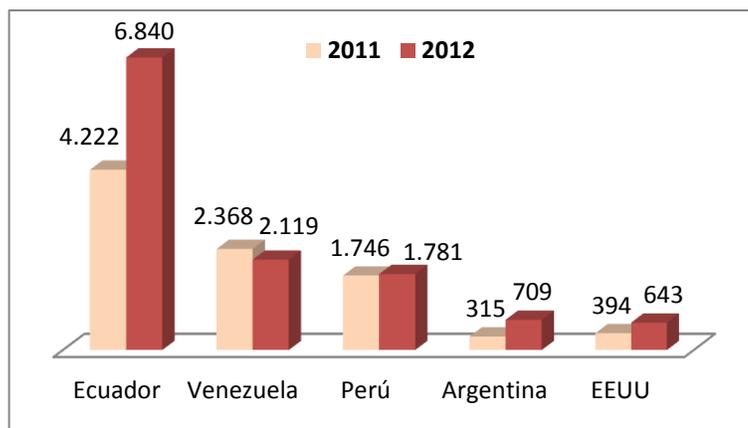


Fuente: Migración Colombia

Como se observa en la gráfica anterior, el año que registró un menor número de llegadas de extranjeros a Nariño según Migración Colombia fue el 2010 con 10.217, por el contrario el año 2009 registro el mayor número con 20.755 llegadas de turistas al departamento de Nariño.

A partir del año 2010 se observa una tendencia creciente en la llegada de turistas a Nariño, pasando de los 10.217 a los 16.046 viajeros extranjeros que declararan que su principal destino en Colombia en el año 2012 fue Nariño, un incremento de turistas que equivale a 45.7% más que el registrado en el año 2011.

Gráfica N° 8. Procedencia de los Viajeros que visitan Nariño.



Fuente: Migración Colombia

La información anterior refleja el hecho de que la mayoría de los viajeros que reportaron a Nariño como su principal destino en Colombia durante el año 2011 y 2012 procedieron de Ecuador con 4.222 y 6.840 turistas respectivamente. Le sigue en orden de importancia Venezuela, Perú, Argentina y finalmente EEUU con el menor número de turistas que visitan a Nariño. Cabe destacar que en la mayoría de los casos, en el año 2012 Nariño recibió un mayor número de visitas procedentes de estos países con respecto al año anterior a excepción de Venezuela.

Tabla Nº 9. Nariño. Llegada de viajeros y salida de pasajeros. 2010- 2011.

Movimientos	Acumulado 2010	Acumulado 2011
Llegada de viajeros por puntos de control DAS (Nariño)	10.217	11.016
Visitantes Parques Nacionales (Nariño)	30.472	24.995
Salida pasajeros Terminal de Transportes	3.914.861	4.009.220

Fuente: DAS, Parques nacionales, Terminal de transportes.

En la tabla se observa un incremento en la llegada y salida de pasajeros para el año 2011 mientras que el número de visitantes a parques nacionales disminuyó; el flujo de visitantes es un importante indicador de la dinámica turística y las cifras anteriores brindadas por el DAS, Parques nacionales y terminal de transportes reflejan que Nariño está mejorando su situación como destino turístico atrayendo cada vez a un mayor número de visitantes hacia el departamento.

La información anterior refleja que la llegada de viajeros extranjeros por puntos de control migratorio, creció en un 7,8%, pasando de 10.217 en 2010 a 11.016 viajeros en 2011.

El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Santiago Rojas Arroyo, en una visita realizada al departamento de Nariño en el mes de abril del presente año afirmó lo siguiente: *“El departamento de Nariño cuenta con una serie de productos turísticos interesantes en temas de naturaleza, playa, de salud y hasta cultural y religioso, y por ello es clave seguir trabajando de la mano con las autoridades locales, para aunar esfuerzos que se traduzcan en más visitantes para la región”*¹⁶.

2.3 MARCO LEGAL

Constitución Política de Colombia de 1991

- **Artículo 8 y 95:** Plantean la obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación y velar por la conservación de un ambiente sano.

¹⁶ MinCIT. Ministro Rojas ratifica potencial turístico del departamento de Nariño. 2014. <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=9579>

- **Artículo 52:** Establece el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. Aspectos relacionados con la práctica del turismo.
- **Artículo 67:** Reconoce a la educación como un derecho de las personas y medio para acceder al conocimiento, así como a los bienes y valores de la cultura. A través de la educación y el conocimiento del territorio se puede promover el turismo de la región basándose en la generación de nuevos atractivos para los visitantes.
- **Artículo 63:** Establece que los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables por lo cual es de vital importancia velar por su protección cuando sean utilizados como medios para promover la actividad turística.
- **Artículo 300:** Plantea la responsabilidad de las asambleas departamentales que por medio de las ordenanzas expidan las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación, y el desarrollo de sus zonas de frontera.

Ley general de Turismo – ley 300 de 1996

- **Artículo 1:** Reconoce la importancia de la industria turística para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.
- **Artículo 2:** Establece los principios generales que regirán la industria turística: Concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor, fomento.
- **Artículo 12:** Hace referencia a la formulación de la política y planeación del turismo por parte del Ministerio de Desarrollo Económico en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales.
- **Artículo 17:** Menciona que corresponde a los departamentos, regiones, distritos, municipios y comunidades indígenas la elaboración de los planes sectoriales de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción y según lo determine la presente ley.
- **Artículo 18:** Se establece que los consejos distritales o municipales determinarán las zonas de desarrollo turístico prioritario contemplando la afectación del uso del suelo para garantizar el desarrollo prioritario de la actividad turística,
- **Artículo 23:** Plantea que el Ministerio de Desarrollo Económico puede pedir a los consejos distritales o municipales la declaración como recursos turísticos de utilidad pública a aquellas zonas urbanas o rurales, vías, plazas, monumentos, construcciones etc. que se desarrollen con sujeción a planes especiales.

- **Artículo 25:** Autoriza el establecimiento del peaje turístico en los accesos a los sitios turísticos en aquellos municipios con menos de 100 mil habitantes y que posean gran valor histórico, artístico y cultural, con el fin de obtener los recursos necesarios para promover su preservación.

Decreto 219 del 2000

- **Artículo 1:** Plantea que el Sector Administrativo de Desarrollo Económico estará integrado por el Ministerio de Desarrollo Económico y sus entidades adscritas y vinculadas, dentro de ellos están los órganos sectoriales de asesoría y coordinación, integrados por el Consejo Consultivo y el Asesor de turismo.
- **Artículo 2:** Señala el objeto del Ministerio de Desarrollo Económico el cual es formular y adoptar las políticas en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas directamente con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio interno, el turismo.
- **Artículo 4:** Establece la organización interna del Ministerio de Desarrollo Económico, conformado por Despacho del Ministro, Despacho del Viceministro, Secretaría General, Dirección General de Industria, Dirección General de Comercio y Promoción de la Competencia, Dirección General de Turismo, Dirección General de Vivienda, Dirección General de Desarrollo Territorial y Urbano, Dirección General de Agua Potable y Saneamiento Básico, Órganos Internos de Asesoría y Coordinación.
- **Artículo 14:** Establece las funciones de la Dirección General de Turismo, quien es responsable de definir la política relacionada con el sector turismo, realizar investigaciones y estudios en materia de promoción, mercados y desarrollo de productos, como soporte de la política de Promoción Turística, elaborar el Proyecto del Plan Sectorial Turístico, en coordinación con las entidades territoriales, asesorar a las entidades territoriales en términos de planificación y desarrollo turístico, llevar el Registro Nacional del Turismo en el cual deben inscribirse los prestadores de servicios turísticos en Colombia, Identificar las necesidades de inversión en infraestructura para mejorar la competitividad de los productos turísticos y coordinar con los sectores público y privado las acciones necesarias para que dichas inversiones se realicen, entre otras.
- **Artículo 25:** Plantea la integración del Consejo Consultivo - Asesor de Turismo de la siguiente manera:
 - El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo preside.
 - El Ministro de Relaciones Exteriores, quien podrá delegar su representación en el Subsecretario de Comunidades Colombianas en el Exterior y Asuntos Consulares
 - El Ministro de Transporte, quien podrá delegar su representación en el Director General de Tránsito y Transporte Terrestre Automotor
 - El Director de la Unidad Administrativa Especial de la Aeronáutica Civil, quien podrá delegar su representación en el Director de Infraestructura Aeroportuaria

- El Director del DAS, quien podrá delegar su representación en el Jefe de la División de Extranjería
- El Director General de la Policía Nacional, quien podrá delegar su representación en el comandante de la División de Policía de Turismo
- Un representante de las Asociaciones Territoriales de Promoción Turística
- El presidente de la Cámara Colombiana de Turismo
- El Superintendente de Industria y Comercio, con voz pero sin voto
- La Secretaría Técnica del Consejo estará en cabeza del Director General de Turismo del Ministerio de Desarrollo Económico.

Ley de turismo – Ley 1101 de 2006

Por medio de esta ley se modifica la ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo) y se dictan otras disposiciones enmarcadas en el incremento de los recursos financieros para promocionar el turismo nacional.

- **Artículo 1:** Se modifica el artículo 40 de la ley 300 de 1996 y quedando de la siguiente manera: **Artículo 40:** De la contribución parafiscal para la promoción del turismo. se plantea que debe crearse una contribución parafiscal con destino a la promoción y competitividad del turismo.
- **Artículo 2:** Se modifica el artículo 41 de la ley 300 de 1996 y quedando de la siguiente manera: **Artículo 41:** Base de la Liquidación de la Contribución: Establece que la contribución parafiscal se liquidará trimestralmente por un valor correspondiente al 2.5 por mil de los ingresos operacionales, vinculados a la actividad sometida al gravamen, de los aportantes señalados en el artículo 3º de esta ley.
- **Parágrafo 1:** Para los prestadores de servicios turísticos cuya remuneración principal consiste en una comisión o porcentaje de las ventas, se entenderá por ingresos operacionales el valor de las comisiones percibidas; en el caso de las agencias operadoras de turismo receptivo y mayoristas, se entenderá por ingresos operacionales el que quede una vez deducidos los pagos a los proveedores turísticos.
- **Parágrafo 3:** En el caso de los bares y restaurantes turísticos la contribución será del 1.5 por mil de los ingresos operacionales.
- **Parágrafo 4:** La contribución parafiscal no será sujeta a gravámenes adicionales.

Ley 1558 de 2012

Objeto: Esta ley tiene por objeto el fomento, desarrollo, promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, mediante los mecanismos requeridos para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, protegiendo el desarrollo sostenible y sustentable así como la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Se constituye en la nueva ley del turismo que modifica la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

- Modifica el artículo 26 de la ley 300 de 1996 el cual quedara de la siguiente manera:

DEFINICIONES:

- **Turismo:** conjunto de actividades que realizan las personas-turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios.
De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser: TURISMO EMISOR, TURISMO INTERNO y TURISMO RECEPTIVO.
- **Capacidad de carga:** es el número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. Esta noción supone la existencia de límites al uso, determinada por factores medioambientales, sociales y de gestión que define la autoridad ambiental.
- **Calidad turística.** las normas técnicas de calidad expedidas por las unidades sectoriales de normalización establecidas en el artículo 69 de la ley 300 de 1996 relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la reglamentación que expida el ministerio de comercio, industria y turismo.
- **Excursionista:** se denominan excursionistas los no residentes que sin pernoctar ingresan al país con un fin diferente al tránsito.
- **Turista:** se denomina así a cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino.

ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURISTICO:

Se crea el consejo superior de turismo, bajo la dirección del ministerio de comercio, industria y turismo.

Integrado así: MinCIT; interior; relaciones exteriores; ambiente y desarrollo sostenible; transporte; cultura; viceministro de turismo; director de la unidad administrativa especial de aeronáutica civil; director de la unidad especial de migración Colombia; director de la unidad administrativa especial de parques nacionales; director general de la policía nacional; director general del SENA y el ministro de tecnologías de la información y las comunicaciones o su delegado.

APORTANTES DE LA CONTRIBUCION AL TURISMO:

1. Hoteles, Centros vacacionales
2. Viviendas dedicadas ocasionalmente al uso turístico o viviendas turísticas, Y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
3. Agencias de viajes y turismo, Agencias mayoristas y las agencias operadoras.

4. Oficinas de representaciones turísticas.
5. Empresas dedicadas a la operación de actividades de turismo de naturaleza o aventura.
6. Operadores profesionales de congresos, Ferias y convenciones
7. Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
8. Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
9. Empresas comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
10. Bares y restaurantes turísticos
11. Centros terapéuticos o balnearios
12. Empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.
13. Parques temáticos.
14. Concesionarios de aeropuertos y carreteras
15. Empresas de transporte de pasajeros
16. Empresas de transporte terrestre automotor especializado
17. Concesionarios de servicios turísticos en parques nacionales que presten servicios diferentes a los señalados en este artículo.
18. Centros de convenciones.
19. Empresas de seguros de viaje y de asistencia médica en viaje.
20. Sociedades portuarias, marinas o puertos turísticos, por concepto de la operación de muelles turísticos.
21. Establecimientos del comercio ubicados en las terminales de transporte de pasajeros terrestre, aéreo y marítimo.
22. Empresas operadoras de proyectos de tiempo compartido y multi-propiedad.
23. Empresas asociativas de redes de vendedores multinivel de servicios turísticos.
24. Guías de turismo.

El Código Ético Mundial del Turismo

El código ético del turismo fue proclamado por la Organización de Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo. Se propone reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural; aprovechar al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza.

Los principios del código ético moral son:

1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo
3. El turismo factor de desarrollo sostenible
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad
5. Turismo, actividad de beneficio para los países y la comunidad del destino
6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico
7. Derecho al turismo
8. Libertad de desplazamiento turístico
9. Derechos de los trabajadores y empresarios del sector turístico
10. Aplicación de los principios del CEM (Código Ético Mundial) del turismo

Plan de desarrollo Turístico de Nariño 2012-2015

El Gobierno Nacional, mediante gestión del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio a cargo del sector, planteo que cada departamento cuente con un Plan de Desarrollo Turístico, para que se constituya en referente para las actuaciones que se adelanten con miras a fortalecer y promover el turismo.

Este plan, parte del análisis objetivo de la realidad del departamento y busca identificar todos aquellos aspectos que permitan llegar a conclusiones sobre la forma en que están enfrentando el sector. Con base en ello, se proponen estrategias que conviene adoptar para lograr que los factores que inciden en la competitividad hagan sinergia y den como resultado una actividad económica dinámica, generadora de empleo, de oportunidades para los nariñenses, de apalancamiento para el mejoramiento de infraestructura y de una creciente valoración de la identidad regional.

El Plan de desarrollo turístico 2012–2015 para el departamento de Nariño, deberá ser tomado como el punto de partida para que se desencadene un proceso de competitividad turística y de posicionamiento en el mercado turístico nacional y de su zona de influencia al sur de América. Para ello es preciso que todos los actores involucrados, del sector público, privado y comunidad local, formulen y cumplan los acuerdos y compromisos pertinentes para lograr la ejecución, dinámica y sin pausa, de este plan.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

- **Turismo:** según la Organización Mundial de Turismo hace referencia a los viajes o estancias que realizan las personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año ya sea por ocio, negocios u otros motivos.
- **Visitante:** Se define como una persona que viaja entre dos o más lugares, Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados y pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes.
- **Turista:** Se considera turista a un visitante (interno, receptor o emisor) que en su viaje realiza por lo menos una pernoctación.
- **Excursionista:** O también denominado visitante del día, es aquel visitante (interno, receptor o emisor) que dentro de su viaje no realiza ninguna pernoctación en el lugar visitado.
- **Entorno habitual:** Es un concepto clave en turismo y se define como la zona geográfica en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales, es el lugar donde reside.
- **Turismo Interno:** El fenómeno social que consiste en el movimiento de personas desde un punto de origen a un punto de destino con fines recreativos, culturales,

deportivos, religiosos, etc., sin fines de lucro y que se desarrolle dentro del territorio nacional.

- **Turismo Emisor:** El de los residentes del país dado que viajan a otro país, es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él.
- **Turismo Receptor:** El que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado, es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él.
- **Corrientes turistas:** Conjunto de personas que se desplazan de forma masiva desde un mercado de origen, proveedor, hacia un núcleo receptor. estas corrientes de desplazan siguiendo rutas de avión, barco, ferrocarril o carretera siguiendo tendencias de preferencia en las que intervienen factores psicológicos y económicos.
- **Núcleo receptor:** Es el lugar que recibe a las corrientes turísticas o zona de destino que realiza actividades de toda índole: Políticas, económica, sociales, culturales, etc.
- **Industrias Turísticas:** O también conocidas como actividades turísticas son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo.
- **Clúster Turístico:** Oferta relativamente homogénea de atractivos en un mismo espacio geográfico: Existencia de demanda, estructura empresarial, conectividad y accesibilidad así como potencial internacional.
- **Pernoctaciones:** Hace referencia a la acción y efecto de pasar la noche en un lugar que no es la vivienda habitual.

3. PROCEDIMIENTO METODOLOGICO

3.1 TIPO DE ESTUDIO

Teniendo en cuenta el tema y el planteamiento de los objetivos, el estudio realizado fue de tipo:

- ✓ **Cualitativo-Cuantitativo:** Una metodología mixta, debido a que se trabajaron tanto elementos sociales como económicos relacionados con la actividad turística en el municipio de Pasto, una parte se enfoca en datos descriptivos con los que se hizo una explicación general del sector y de la estructura que este tiene, en términos de variables, indicadores y la descripción de metodología propuesta para la recolección de la información que requiere la base o el sistema de información; la otra parte del estudio empleo cifras estadísticas y herramientas matemáticas para presentar la información relacionada la actividad en el municipio de Pasto.
- ✓ **Analítico-Descriptivo:** Porque se partió de una descripción del sector turístico en el municipio, se realizó una caracterización y análisis de su comportamiento con el fin de conocer su situación actual, una vez conocidos los hechos relacionados con el sector se hizo una interpretación y comprensión de la actividad, en los objetivos planteados se realizó un análisis y descripción de las variables que integraran el sistema de información así como de la metodología a seguir para su posterior medición.
- ✓ **Deductivo-Propositivo:** A partir de una situación inicial y del análisis efectuado se llegaron a conclusiones generales, se identificaron las características que debe tener el sistema de información y la metodología pertinente para su estructuración.

3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo del estudio los tipos de fuentes de información que se utilizaron fueron fundamentalmente secundarios y terciarios.

- ✓ **Secundaria:** obtenida de textos, libros, revistas, archivos, base de datos estadísticas; en los cuales se trabajen temas del sector turismo relacionados con el presente estudio.
- ✓ **Terciaria:** obtenida de internet, Virtual-red, especialmente páginas de turismo tanto nacionales como internacionales que facilitaron el desarrollo del trabajo planteado, de igual forma, se consultaron trabajos en línea que se han realizado de forma similar al estudio que se planteó.

3.4 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez recogida la información secundaria y terciaria necesaria para el desarrollo del trabajo, se llevó a cabo el siguiente tratamiento:

- En el primer paso, se ordenó y clasificó toda la información recolectada de acuerdo al tipo de fuente de obtención.
- En el segundo paso se realizó un proceso de selección y depuración para filtrar la información que no fue significativa para el desarrollo del estudio.
- En el tercer paso se procesó la información seleccionada.
- En el cuarto paso se analizó e interpretó la información.
- El quinto paso fue la elaboración del documento final que contemplo el cumplimiento de los objetivos de la pasantía.

Para el procesamiento de la información, las herramientas informáticas utilizadas fueron: Excel y Word.

4. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

Esta sección del trabajo de investigación se centra en el análisis e interpretación de los resultados una vez recolectada la información necesaria para el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados.

OBJETIVO 1.

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO.

Antes de tomar decisiones, definir áreas de acción y formular políticas, es necesario comprender la magnitud de los problemas así como priorizar las necesidades inmediatas del sector Turismo en el municipio de Pasto. En este objetivo se buscó principalmente conocer la situación del sector, para lograrlo se identificaron unos elementos claves que permitieron realizar un análisis y evaluación de las condiciones en las que se desarrolla la actividad turística.

La información que se presenta o el estudio realizado se antepone a todo tipo de planeación que busque a futuro potencializar el sector, de igual forma, facilita el diseño de estrategias por parte de las entidades municipales especialmente las responsables del estudio (Secretaría de Desarrollo económico y Competitividad - Subsecretaría de Turismo) en base al diagnóstico presentado que sería el punto de partida para la actuación e intervención en la realidad encontrada del sector turismo dentro el municipio de Pasto.

El diagnóstico se compone de las siguientes partes:

1. LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

CONDICIONES DEL ENTORNO.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO.

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA MUNICIPAL.

- Ingresos por turismo y PIB turístico.
- Empleo
- Inflación
- Divisas

LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE PASTO

- Llegada de turistas internacionales
- Características del turista.
- Países emisores y motivos de la visita.
- Estadía promedio de los turistas en el municipio.
- Estacionalidad de la demanda turística.
- Calificación como destino turístico.
- Turismo interno.

2. EL CLUSTER DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

DESCRIPCIÓN DEL CLÚSTER

SECTORES DIRECTAMENTE RELACIONADOS

- Atractivos turísticos
- Artesanías
- Hospedaje
- Alimentación
- Agencias de turismo
- Sistemas de transporte

SECTORES DE APOYO

- Infraestructura
- Tecnología y telecomunicaciones
- Organizaciones de apoyo

3. INICIATIVAS ADOPTADAS PARA MEJORAR LA SITUACION DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

4. DOFA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

5. LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

CONDICIONES DEL ENTORNO

El análisis de las condiciones económicas, sociales, políticas, geográficas, demográficas y de otros aspectos generales del municipio de Pasto permite conocer el contexto que enmarca el desarrollo de la actividad turística en el Municipio de Pasto, así como tener una descripción específica del lugar de referencia en el que se desarrolla el estudio que busca dimensionar el impacto económico del sector turismo.

Entorno geográfico

El municipio de Pasto se encuentra localizado al sur occidente de Colombia, en medio de la Cordillera de los Andes en el macizo montañoso denominado nudo de los Pastos, al sur-oriente del Departamento de Nariño; en esta región se encuentra la ciudad de San Juan de Pasto principal centro económico y de desarrollo del departamento, la ciudad capital se ubicada en el denominado Valle de Atriz, al pie del volcán galeras y cerca de la línea del Ecuador.

La superficie aproximada del territorio municipal es de 1.181 km² de los cuales 26.4 km² corresponden al área urbana. En cuanto a sus límites geográficos el municipio de Pasto limita al norte con los municipios de la Florida, Chachagüi y Buesaco, por el sur con los municipios de Tangua, Funes y el Departamento del Putumayo, por el oriente con el Departamento de Putumayo y por el occidente con los municipios de la Florida, Nariño, Sandoná, Consacá, Yacuanquer y Tangua. Cabe destacar su cercanía a la frontera con el Ecuador que se articula socio-económicamente sobre la cordillera de los andes, el litoral pacífico y el pie de monte Amazónico.

Tabla N° 10. Aspectos generales del municipio de Pasto.

Concepto	Detalle
Fecha de fundación	1539
Latitud	1°12'52.48"N
Longitud	77°16'41.22"O
Altitud promedio	2.527 msnm
Temperatura promedio	12°C
Distancia a la capital del país Kms	795
Área del municipio	1.181 km ²
Área de la cabecera municipal (Kms2)	4.6
Área del resto del municipio (Kms2)	210.9

Fuente: Alcaldía Municipal de Pasto.

Entorno natural

El departamento de Nariño es una región de gran biodiversidad, cubierta por varios ríos y lagunas; con existencia de volcanes, valles y praderas extensas, de igual forma el municipio de Pasto se encuentra favorecido por la naturaleza, existen las condiciones necesarias para que se practique la actividad turística en todas sus modalidades, cuenta

con una importante riqueza de recursos y una destacada oferta paisajística que incorpora diversidad de ecosistemas, de pisos térmicos y climas.

El paisaje es montañoso, con gran influencia tectónica y volcánica; hidrográfica y climáticamente el municipio de Pasto tiene influencia de la vertiente Pacífica y Amazónica, en su territorio se diferencian tres cuencas la del río Pasto y del río Bobo hacia la parte andina pertenecientes a la gran cuenca del río Patía y la cuenca alta del río Guamués, hacia el piedemonte amazónico, perteneciente a la gran cuenca del río Putumayo; estas tres fuentes representan una gran oferta regional así como también un compromiso para que estos ecosistemas se conserven a favor del recurso agua.

Los pisos térmicos que se han identificado en el municipio son:

- Páramo: Alturas entre 3.400 y 4.200 m.s.n.m.
- Muy frío: Con alturas entre los 2.800 y 3.400 m.s.n.m.
- Frío: Con alturas promedio de 2.200 y 3.000 m.s.n.m.
- Medio: Alturas menores a los 2.200 m.s.n.m. y representa un 1% del total del territorio.

Aspecto Político-Administrativo

Con respecto a la condición político-administrativa, el municipio cuenta en la zona urbana con 12 comunas y en la zona rural con 17 corregimientos (*Catambuco, Gualmatán, Genoy, Mapachico, Obonuco, Santa Bárbara, La Laguna, Buesaquillo, Morasurco, La Caldera, El Encano, Cabrera, San Fernando, Mocondino, Jamondino, Jongovito, El Socorro*)¹⁷

Tabla Nº 11. Distribución espacial del municipio de Pasto.

AREA	Has.	PORCENTAJE
Área Urbana	2.416,80	2,2
Lago Guames	4.124,10	3,7
Represa Rio Bobo	243,1	0,2
Área Rural	104.433,80	93,9
Total Municipio	111.217,80	100

Fuente: Agenda Ambiental del Municipio de Pasto

La rama del poder ejecutivo se encuentra ejercida por la Alcaldía municipal, recae directamente en el Alcalde de Pasto que cumple un ciclo de 4 años, y que trabaja en conjunto con el Concejo, órgano del poder administrativo.

En el escenario geográfico y administrativo del municipio de Pasto se desarrollan funciones de interacción urbano-rural de la ciudad y el campo, esta dinámica ha construido al fortalecimiento de los lazos de comunicación entre los pobladores tanto del centro (zona urbana) y de la periferia (corregimientos o zona rural) del municipio, condición que se ha venido fortaleciendo e incentivado con la extensión de la infraestructura física hacia esos lugares (vías, servicios, transporte y comercio), todo lo anterior conlleva a la unificación constante del territorio en una extensa conurbación.

¹⁷ Listado de corregimientos en el portal de Internet de la alcaldía municipal de Pasto. Consultado el 5 de noviembre de 2013. <http://www.pasto.gov.co/index.php/comunas-barrios-corregimientos-veredas>.

Entorno demográfico, social y cultural.

La población total del municipio de Pasto, según el censo realizado por el DANE en el año 2005, es de 423.217 habitantes aproximadamente, de esa población equivalente al 100% el 82,6% habita en las 12 comunas que constuyen la ciudad de San Juan de Pasto y el 17,4% en los 17 corregimientos municipales.

Tabla Nº 12. Composición de la población del municipio de Pasto. 2012.

INDICADOR	NUMERO	%
Población total	423.217	100%
Participación en la Población del depto. de Nariño		25,18%
Población Urbana	349.370	82,6%
Población Rural	73.847	17,4%
Mujeres	219.461	52%
Hombres	203.756	48%
Menores de 16 años	102.894	24,3%
16 – 64 años (mayoría de la PEA)	282.112	66,7%
Mayores de 64 años	30.599	7,2%

Fuente: Cálculos del Observatorio de Mercado de Trabajo a partir de DANE

La mayoría de la población se ubica en la cabecera municipal, mientras que en el sector rural se encuentra una menor proporción caracterizada por presentar niveles de vida inferiores a los de la ciudad, con esto se observa que es el área urbana quien genera las posibilidades económicas y de desarrollo del municipio de Pasto. “... en el Departamento de Nariño y en especial en los corregimientos, el desarrollo del sector rural ha sido lento, este se ha convertido en un centro abastecedor de alimentos agropecuarios y de mano de obra barata para los centros urbanos, hecho que ha desatado procesos de migración ante la falta de oportunidades y alternativas rentables que permita a los campesinos asegurar una vida digna para ellos y sus familias”¹⁸.

En la composición de la población del municipio de Pasto, se destaca que el número de mujeres (219.461) es superior a la de los hombres (203.756) con un porcentaje de diferencia del 3,8%, las cifras evidencian una importante participación del género femenino en el conglomerado social del municipio.

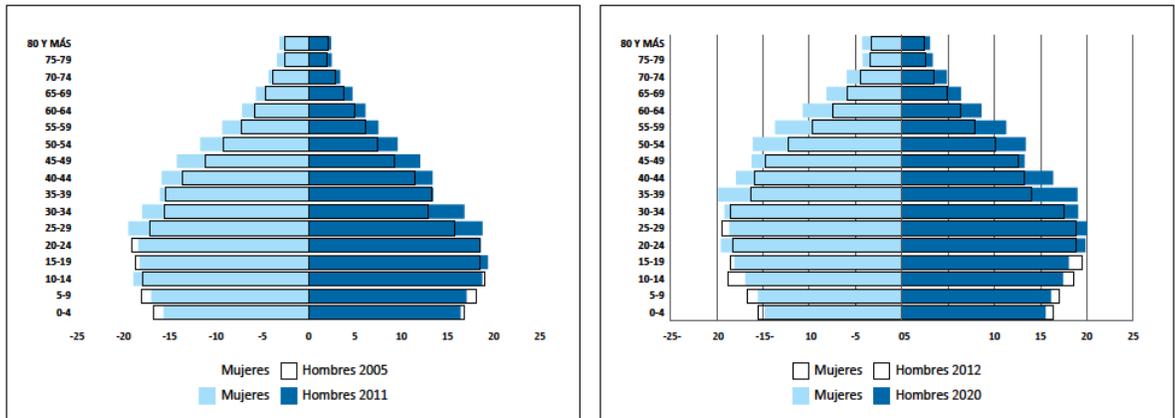
Históricamente la población del municipio representa la cuarta parte de la población del departamento de Nariño, lo cual evidencia una fuerte concentración poblacional en esta región con relación a los demás municipios del departamento. La ciudad de San Juan de Pasto es la segunda más grande de la región Pacífica después de Cali, las posibles explicaciones a este fenómeno radican en el desplazamiento forzado por conflicto armado, la búsqueda de mejores condiciones de vida, acceso a educación, salud, vivienda y mayores oportunidades de empleo; según proyecciones del DANE, a partir del 2005 y hasta el año 2012 dicha concentración se incrementa levemente en un 0,37%, pasando de un 24,81% a un 25,18%, posiblemente por las razones antes mencionadas.

¹⁸ UNIVERSIDAD DE NARIÑO – CEDRE. Cultura organizativa para el desarrollo integral del municipio de Pasto. Corregimiento de Genoy. Tesis de Grado. Facultad de Economía. Septiembre de 2001. pàg 186

Gráfica Nº 9. Pirámides de población del municipio de Pasto.

a. 2005 – 2011

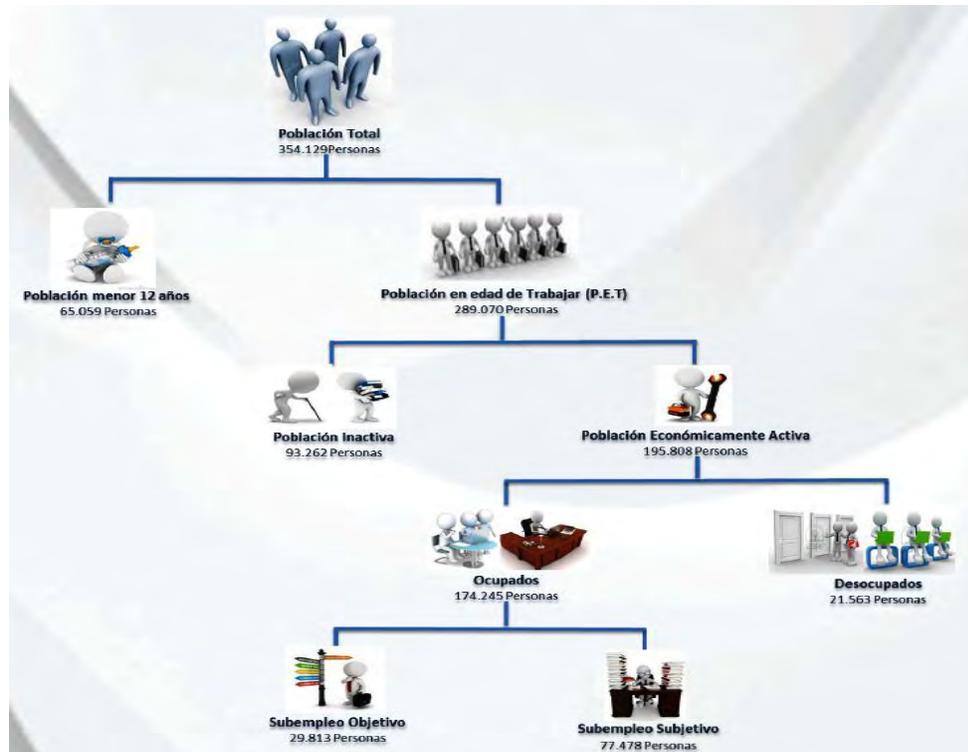
b. 2012 – 2020



Fuente: Diagnóstico socioeconómico y del mercado de trabajo. CEDRE

La gráfica (a) demuestra que durante el periodo 2005-2011 se presentó un incremento de la población (tanto mujeres como hombres) entre los 15 y 60 años, la gráfica (b) corresponde a una proyección de la población del municipio para el periodo 2012-2020, se observa que la tendencia registrada en el periodo anterior se acentúa, la proporción del grupo poblacional de 15 a 60 años se incrementa.

Gráfica Nº 10. Clasificación poblacional según conceptos fuerza de trabajo. Trimestre Móvil Abril-Junio de 2013.



Fuente: DANE

En cuanto al empleo, el municipio de Pasto está caracterizado por presentar altos índices de informalidad, según los resultados del DANE, en el primer trimestre del año 2013 esta tasa para la ciudad de Pasto fue del 60,9% ubicándola en el tercer lugar a nivel nacional después de Cúcuta (70,5%) y Montería (62,2%) ciudades que presentan los mayores índices de informalidad laboral del país en este periodo.

Los índices de desempleo en el municipio, especialmente en la ciudad de San Juan de Pasto, son significativos y a pesar de que en los últimos años se han implementado acciones para lograr contrarrestarlo el impacto ha sido superficial y las cifras aún son preocupantes para el desarrollo de la región.

Tabla N° 13. Tasa global de participación, ocupación, y desempleo.

Indicadores de mercado laboral. Pasto, trimestre (Julio - Septiembre 2013).

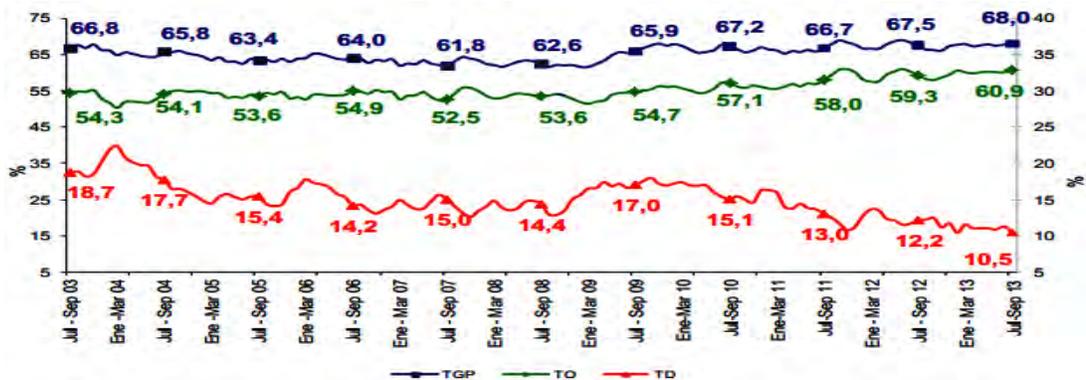
Ciudad	TGP	TO	TD
Pasto	68	60,9	10,5

Fuente: Esta investigación en base a datos DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares

Los datos revelan que la ciudad de Pasto presenta altos niveles de desempleo, la cifra alcanzada en el tercer trimestre del año 2013 es de dos dígitos y se reconoce que para lograr una estabilidad macroeconómica las regiones deben tratar de reducir significativamente este tipo de indicadores a un solo dígito, los altos niveles de desempleo revelan un malestar social dentro del municipio, ante la falta de empleo se reducen las posibilidades de mejorar la calidad de vida de los habitantes y alcanzar un mayor bienestar de la sociedad.

Gráfica N° 11. Tasa global de participación, ocupación y desempleo.

Pasto. Serie trimestre. Julio - septiembre (2004 – 2013).



Fuente: DANE - Gran Encuesta Integrada de Hogares

La serie estadística demuestra el comportamiento histórico de la tasa global de participación (TGP), la tasa de ocupación (TO) y la tasa de desempleo (TD) de Pasto, los datos para la TGP y la TO indican una tendencia más o menos estable durante el periodo 2004-2013, por su parte TD tiene un comportamiento un poco más volátil y se reconoce su tendencia a la baja, pasando de 18,7% en el tercer trimestre del año 2003 a 10,5% en

el tercer trimestre del año 2013. La anterior situación pese a ser favorable, exige que se busquen soluciones pertinentes que contribuyan a su disminución ya que sus efectos son un obstáculo al desarrollo del municipio.

En términos del acceso a servicios públicos, salud y educación, el municipio de Pasto a nivel general presenta un buen nivel de cobertura, el problema radica en la calidad con la que algunos de esos servicios se prestan a la población, sin embargo, se puede decir que la mayor parte de los habitantes cubre sus necesidades básicas y tiene acceso a los servicios prioritarios con los cuales puede alcanzar un nivel de vida más o menos digno.

Culturalmente, el municipio se caracteriza por ser un “territorio de encuentros” con particularidades únicas que contrastan con el resto del país, sin embargo, es una región que no ha logrado insertarse en la dinámica nacional debido principalmente a la distancia histórica, geográfica, económica y cultural predominante, esta situación ha impedido que Colombia aproveche las riquezas de una región diversa y multicultural en el sentido gastronómico, de las artesanías, manufacturas tradicionales de tejidos en guanga, los famoso sombreros sandoneños, el arte musical, la danza ancestral, teatro y poesía, que convergen en los carnavales de Pasto y la región andina que, junto a la música de marimba y ritmos del pacífico, que se constituyen en patrimonio cultural de la humanidad, reconocidos por la UNESCO.

Pasto es reconocido por su importancia cultural no solo a nivel nacional sino internacional, sobresale por su gran potencial arquitectónico (templos, casonas, conjuntos urbanísticos, calles); por sus manifestaciones culturales (especialmente el Carnaval de Negros y Blancos que es una de las celebraciones más importantes de Colombia declarada como "Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad" en el año 2009 por la UNESCO), por sus manifestaciones artísticas y sobre todo por la creatividad de sus habitantes.

El municipio en general, cuenta con varios sectores catalogados como bienes de interés cultural, de gran valor e importancia dentro de la memoria colectiva de sus habitantes; la cultura pastusa se ha edificado en base a la religión católica, desde la época Colonial hasta el presente, el espíritu religioso caracteriza a la población e influye en su accionar cotidiano, la ciudad de Pasto catalogada como la “Ciudad Sorpresa” de Colombia también se denomina como la “Ciudad Teológica”, debido a la extravagancia y al gran número de templos que posee.

Entorno económico.

El municipio de Pasto está inmerso en un sistema de producción capitalista, el comportamiento de su economía, al igual que la del departamento y la del resto del país, se caracteriza por ser volátil, el ciclo económico de la región está sujeto a cambios tanto en factores internos, producto de las políticas económicas nacionales y regionales, y de factores externos dado el carácter de frontera que tiene el municipio.

La actividad económica del municipio de Pasto se divide en tres grandes sectores: el primario, secundario y el terciario; de los cuales el sector terciario es el más representativo, su aporte en promedio anual al valor agregado es del 76%¹⁹.

¹⁹ Cuentas económicas del municipio de Pasto 2005-2010p. cuentas consolidadas y resultados generales. CEDRE. Pág. 25

Tabla N° 14. PIB por grandes sectores a precios corrientes. 2008-2011.

Variables	2008	2009	2010	2011
Sector primario	106.229	113.778	149.292	163.870
Sector secundario	930.109	813.106	1.432.992	2.143.971
Sector terciario	2.837.400	3.248.303	3.650.477	4.188.573
Subtotal valor agregado	3.873.738	4.175.187	5.232.760	6.496.413
+ derechos e impuesto sobre Ms.	82.240	80.392	87.947	98.534
PIB	3.955.977	4.255.579	5.320.707	6.594.947

Fuente: Universidad de Nariño, CEDRE.

El PIB municipal presenta una tendencia positiva, desde el año 2008 su comportamiento ha sido creciente pasando de 3.955.977 a 6.594.947 en el año 2011, es un panorama favorable a pesar de que la economía municipal aún manifiesta los efectos de hechos coyunturales, como el conocido caso de las “pirámides” y el de la amenaza volcánica, con consecuencias sobre el empleo, los ingresos y la pobreza.

Al igual que la tendencia nacional y departamental, la economía del municipio de Pasto se encamina hacia la tercerización, el sector de los servicios es el que ha tenido mayor importancia en los últimos años, le sigue en importancia el sector industrial y finalmente el sector primario, el aporte que hace el campo agropecuario a la riqueza municipal está perdiendo protagonismo.

EVOLUCION DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

Por mucho tiempo la prestación de los servicios se convirtió en unas de las actividades más representativas de los países desarrollados y subdesarrollados, en este marco contextual la economía local al igual que la nacional presenta la misma tendencia; el comercio, la prestación de servicios, hoteles y restaurantes se convirtieron en las ramas de mayor auge e importancia dentro del PIB nacional, departamental y municipal.

La tercerización de la economía en los últimos años ha acaparado la atención de los gobiernos y del sector privado, estos han realizados grandes inversiones entorno a las actividades que se desarrollan dentro de esta rama, sin embargo, a nivel del municipio de Pasto se han descuidado algunos sectores económicos de gran potencial como por ejemplo la Industria Turística, todo esto ha llevado a que municipio sea un destino turístico desconocido, si bien su cultura se ha difundido bastante bien, la promoción de la región en otros lugares ha sido insuficiente, las personas que viven en otros departamentos e incluso en otros países no encuentran interés por viajar y conocer no solo el municipio de Pasto sino también el departamento de Nariño en general.

A pesar de que se cuenta con muchas ventajas comparativas dentro de la región, así como variedad de escenarios paisajísticos, riqueza gastronómica, gran desempeño artístico, características únicas de la población, conjunto de tradiciones y todas las manifestaciones culturales propias del municipio, aún no se ha logrado que el turismo local se fortalezca y logre reconocimiento a nivel nacional e internacional; es por ello que una de las actuales apuestas productivas del gobierno municipal dentro del sector terciario es el desarrollo y potencialización del turismo como actividad generadora de progreso.

A través del tiempo, la industria de turismo municipal se ha rezagado en comparación con otras regiones del país, no obstante, gracias a que hoy en día las tendencias mundiales atraen a turistas y científicos a nuevos destinos en busca de conocimientos y convivencia con la naturaleza, se tiene la posibilidad de hacer del municipio de Pasto un importante destino turístico con atributos suficientes para estar "de moda" dentro de las tendencias o demandas actuales.

Una de las principales tradiciones culturales del municipio de Pasto es el Carnaval de Negros y Blancos, este evento que se realiza los primeros días del mes de enero es un gran promotor del turismo en la región, es en estas fechas del año cuando el municipio recibe la mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales; alrededor de estas fiestas se han incrementado el número de celebraciones con alto sentido cultural y una vez que el Carnaval fue declarado patrimonio cultural de la Nación por el congreso de la República de Colombia en abril de 2002 y añadido entre las listas del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO el 30 de septiembre de 2009 se ha convertido en una estrategia importante para promocionar la región e impulsar la industria turística hacia el mercado nacional e internacional.

Uno de los principales problemas del análisis de la evolución historia de la industria del turismo en el municipio de Pasto es la ausencia de cifras que permitan realizar un análisis más objetivo sobre su comportamiento, la falta de estadísticas concretas remiten al uso de datos cualitativos que brindan una visión menos verificable, es imposible realizar un seguimiento efectivo de la actividad si no existen valores que den cuenta de cuál fue su tendencia en el pasado, que está sucediendo en el presente y cuál será su comportamiento futuro.

En la actualidad, en la ciudad de Pasto se está fortaleciendo el turismo de salud, hay un incremento en la demanda de los servicios de medicina estética, oftalmológica y odontológica por visitantes nacionales y extranjeros, en especial, del Ecuador, lo que conlleva a la organización y estructuración del Turismo para que sea más competitivo y se aproveche este sector de clase mundial.

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA MUNICIPAL

El sector turístico hoy en día es una fuente de riqueza de los territorios, en línea con la agricultura y con la industria que son las dos fuerzas económicas tradicionales. El turismo es una actividad con características internacionales que vincula a las regiones entre sí y se convierte en un elemento incentivador del comercio local, moviliza al año gran cantidad de personas que van reactivando las economías regionales, y además es fuente importante de provisión de divisas para los países, es por ello, que la actividad turística se perfila actualmente como una de las más significativas y prometedoras para el municipio de Pasto.

El turismo como integrador del sector servicios, por ser de carácter transversal en la economía afecta los resultados de otros sectores y actividades relacionadas como son hoteles y restaurantes, transporte, servicios inmobiliarios, arrendamientos, artesanías, comercio, entre otros. En años recientes el sector turismo ha venido ganando importancia dentro de la economía de Pasto ya que tiene un componente evidentemente dinamizador en virtud de que articula varios sectores de la economía y sus efectos tienen repercusiones directas e indirectas sobre el comportamiento de otras variables

económicas relevantes como son el nivel de ingresos del municipio, la inflación debido al flujo de divisas y el volumen de empleo.

Ingresos por turismo y PIB turístico.

Los ingresos que se derivan de la actividad turística benefician a la economía del núcleo receptor (zona de destino de los turistas), es una fuente de recursos que posibilita el crecimiento y desarrollo de las regiones. Los ingresos provenientes de las corrientes turísticas en cualquier región receptora pasa directamente a las empresas de oferta de bienes y servicios que los turistas necesitan, es decir, hotelería, transporte, comercio, espectáculos, etc. Los ingresos producidos por el turismo son función de tres variables: T: Número de visitantes, G: Gasto medio Diario y D: Promedio de estancias en el lugar visitado. Con las variables anteriores la función quedaría de la siguiente manera: $I = T.G.D^{20}$; en base a esto se tiene que las estadísticas de ingresos percibidos por el turismo en el municipio de Pasto aún no se construyen como tal, existen aproximaciones a través del análisis de sus actividades involucradas. El aporte del turismo al del municipio de Pasto se puede analizar a través del aporte que hacen las actividades más relacionadas con el sector, estas son: El comercio, restaurantes, hoteles; transporte y las comunicaciones ya que no hay un análisis estadístico más específico del turismo en el municipio de Pasto.

Tabla Nº 15. Estructura PIB municipal 2007-2011.

Programa grandes ramas de actividad.

CONCEPTO / AÑO	2007	2008	2009	2010	2011
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	2,8	2,6	2,6	2,7	2,4
Explotación de minas y canteras	0,1	0,1	0	0,1	0,1
Industria manufacturera	11	10,9	8,9	7,1	6,1
Electricidad y agua	1	1	1	0,8	0,7
Construcción	5,8	11,6	9,1	19,1	27,5
Comercio, reparación, restaurante y hoteles	23	24,1	22,7	20	18,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,2	6,5	8,1	7,6	7,1
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias	19	17,3	21	21	20,8
Administración pública	15,8	14,2	15,4	12,4	10,9
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	11,2	9,7	9,2	7,6	6,6
SUBTOTAL VALOS AGREGADO	97,8	97,9	98,1	98,3	98,5
Impuestos menos subvenciones sobre la pcc e imp.	0	0	0	0	0
Derechos de impuestos sobre importaciones	1	0,9	0,8	0,8	0,7
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2
Impuesto sobre el valor agregado (IVA)	0	0,8	0,8	0,7	0,6
Otros	0,8	0	0	0	0
PRODUCTO INTERNO BRUTO	100	100	100	100	100

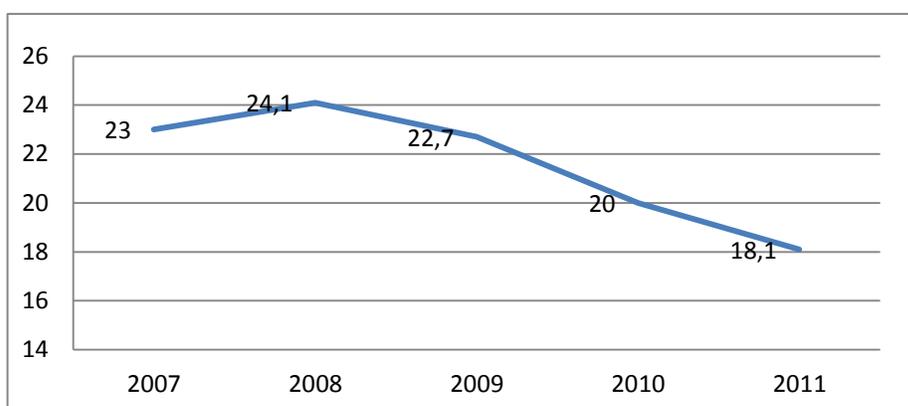
Fuente: Universidad de Nariño, CEDRE.

²⁰ Luis Fernández Fuster. Teoría y técnica del Turismo. Tomo I. Cuarta Edición. Editorial Nacional San Agustín. Pág. 11 4

En el contexto local la actividad que tiene una mayor participación en la estructura del PIB del municipio de Pasto es la del Comercio, reparación, restaurante y hoteles a excepción del año 2011 donde la construcción es la principal rama que impulsó la economía de la región; a lo largo del periodo analizado se observa que las actividades relacionadas de forma directa e indirecta con el Turismo son las que tiene mayor relevancia dentro del agregado económico municipal.

Gráfica N° 12. Participación en el PIB.

Valor agregado del comercio, reparación, restaurante y hoteles. 2007-2011.



Fuente: Esta Investigación

El PIB de los servicios de hotelería, comercio, reparación y restaurantes presenta un comportamiento más o menos estable con una leve tendencia bajista a partir del año 2008, paso de aportar el 23% en el año 2007 a 18,1 en el año 2011 lo que evidencia una disminución de la contribución que hacen estas actividades al PIB municipal. No obstante, su participación sigue siendo significativa y ocupa el tercer lugar en importancia después de las actividades de construcción y los establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias.

EMPLEO

El turismo es una actividad que involucra a la comunidad en términos de generación de empleo, lo cual se constituye en uno de los principales aportes que hace el sector al municipio; el empleo generado por el sector se describe principalmente a partir del subsector de comercio, hoteles y restaurantes.

En el mercado laboral local, los empleos turísticos directos generados por actividades de comercio, hoteles y restaurantes sumada con la actividad de transporte, almacenamiento y comunicaciones son numerosos, en al año 2011 la población del municipio de Pasto

ocupada en estas dos ramas fue de 79 mil personas, representando el 47% de ocupación sobre el total que fue de 168 mil personas²¹.

Tabla Nº 16. Pasto. Población ocupada, Según ramas de actividad Económica.

Promedio 2008 – 2012. En miles.

Rama de actividad	2008	2009	2010	2011	2012
Comercio, hoteles y restaurantes	48	50	54	58	59
Servicios, comunales, sociales y personales	41	40	40	43	45
Industria manufacturera	16	17	17	17	19
Actividades inmobiliarias	9	10	10	11	11
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	14	17	18	19	20
Construcción	7	7	7	8	9
Intermediación financiera	2	2	2	2	2
Otras ramas*	3	3	4	3	3
Total	140	146	152	161	168

* (Agricultura, ganadería, pesca, caza y silvicultura; explotación de minas y canteras; y suministro de electricidad, gas y agua.)

Fuente: DANE

La rama de actividad que incremento en mayor medida el volumen total de empleo en Pasto durante el periodo 2008-2012 fue el comercio, hoteles y restaurantes, estas actividades presentan una tendencia creciente a lo largo del periodo de referencia pasando de 58 mil personas ocupadas en el año 2008 a 59 mil en el año 2012.

²¹ Esta investigación.

Tabla N° 17. Pasto. Población desocupada cesante, según ramas de actividad económica. Promedio 2008 – 2012. En miles.

Rama de Actividad	En miles				
	2008	2009	2010	2011	2012
Total	21	27	27	23	21
Comercio, hoteles y restaurantes	7	9	9	7	7
Servicios, comunales, sociales y personales	5	7	7	6	6
Industria Manufacturera	2	3	2	2	2
Construcción	2	3	3	2	2
Actividades Inmobiliarias	1	2	1	1	1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2	3	3	2	2
Intermediación financiera	0	0	0	0	0
Otras ramas *	1	0	1	1	1
No informa	0	0	0	0	0

* (Agricultura, ganadería, pesca, caza y silvicultura; explotación de minas y canteras; y suministro de electricidad, gas y agua.). Fuente: DANE

Según la información anterior, en el mercado laboral local, las ramas de actividad económica que concentran la mayor cantidad de cesantes en la ciudad de Pasto durante el periodo 2008-2012 son comercio, hoteles y restaurantes.

Tabla N° 18. Población ocupada. Según ramas de actividad. Ciudad de Pasto. Serie Trimestre Móvil Abril.-Junio. Variación 2013-2012.

Concepto	2013		2012		Variación	
	Nº De Empleos	%	Nº De Empleos	%	Nº De Empleos	%
Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura	2528	1,5%	1651	1,0%	877	53,1%
Explotación de Minas y Canteras	247	0,14%	224	0,1%	23	10,1%
Industria manufacturera	18043	10,4%	20590	12,1%	-2547	-12,4%
Suministro de Electricidad Gas y Agua	901	0,5%	719	0,4%	182	25,3%
Construcción	9327	5,4%	10215	6,0%	-888	-8,7%
Comercio, hoteles y restaurantes	60537	34,7%	58450	34,2%	2087	3,6%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	17669	10,1%	20304	11,9%	-2635	-13,0%
Intermediación financiera	3958	2,3%	2099	1,2%	1859	88,6%
Actividades Inmobiliarias	13185	7,6%	9685	5,7%	3500	36,1%
Servicios, comunales, sociales y personales	47850	27,5%	46828	27,4%	1022	2,2%
Total	174245	100%	170765	100%	3480	2%

Fuente: Encuesta Continua de Hogares. DANE

Uno de los argumentos del turismo como modelo de desarrollo es la creación de empleos en los lugares que registran altos índices de desempleo, estudiando cifras más actuales, la información para el trimestre móvil Abril-Junio del año 2013 revela que la actividad que concentra el mayor número de ocupados, al igual que en años anteriores, continua siendo la del comercio, hoteles y restaurantes, acaparando un 34,2% de los ocupados en el año 2012 y un 34,7% en el primer semestre del año 2013. La tendencia creciente en el número de ocupados en esta rama de la economía regional se mantiene lo que refleja que estas actividades están en continuo crecimiento y expansión ocupando cada vez un mayor número de la población.

Las características del mercado laboran en Pasto reflejan la tendencia creciente de la tercerización de la economía del municipio ya que el mayor número de población ocupada por rama de actividad se ubica en el sector de los servicios, en el primer semestre del año 2013 según cifras de la encuesta Integrada de Hogares del DANE el 82,2% de los ocupados de Pasto se encuentran ubicados en este sector, 1,8% superior a la registrada en el periodo del año anterior, correspondientes a 143.199 personas, de las cuales el 34,7% laboran en actividades de comercio, 27,5% en servicios comunales, sociales y personales, 10,1% en transporte, almacenamiento y comunicaciones, el 7,6% en actividades inmobiliarias y el 2,3% en intermediación financiera²².

²² Boletín estadístico. Primer semestre de 2013

Tabla Nº 19. Cámara de comercio de Pasto. Municipio de Pasto. Número de empleos, según actividad económica y tamaño primer semestre 2013.

Actividad Económica	Micro		Pequeña		Mediana		Grande		Total	
	No	%	No	%	No	%	No	%	No	%
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	58	0,54%	95	1,81%	122	2,35%	0	0,00%	275	1,19%
Explotación de Minas y Canteras	10	0,10%	0	0,00%	27	0,50%	0	0,00%	37	0,20%
Industria Manufacturera	1157	10,70%	537	10,30%	120	2,30%	125	7,00%	1939	8,40%
Suministro de Electricidad, Gas, vapor y aire acondicionado	5	0,05%	26	0,50%	0	0%	862	48%	893	4%
Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento	31	0,30%	0	0,00%	302	5,80%	0	0,00%	333	1,40%
Construcción	205	1,90%	302	5,77%	288	5,54%	51	2,85%	846	3,68%
Comercio y Reparación de vehículos	5300	49,10%	1811	34,60%	1404	27,00%	53	3,00%	8568	37,20%
Transporte y Almacenamiento	245	2,30%	523	10,00%	195	3,80%	0	0,00%	963	4,20%
Alojamiento y servicios de comida	1249	11,60%	167	3,20%	588	11,30%	0	0,00%	2004	8,70%
Información y comunicaciones	308	2,90%	62	1,20%	154	3,00%	0	0,00%	524	2,30%
Actividades financieras y de seguros	181	1,70%	4	0,10%	31	0,60%	0	0,00%	216	0,90%
Actividades inmobiliarias y de alquiler	61	0,60%	7	0,10%	3	0,10%	0	0,00%	71	0,30%
Actividades profesionales y científicas	370	3,40%	98	1,90%	15	0,30%	0	0,00%	483	2,10%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	443	4,10%	687	13,10%	1315	25,30%	112	6,30%	2557	11,10%
Administración Pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	4	0,04%	6	0,10%	111	2,10%	60	3,30%	181	0,80%
Educación	217	2,00%	77	1,50%	0	0,00%	0	0,00%	294	1,30%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	369	3,40%	727	13,90%	223	4,30%	529	29,50%	1848	8,00%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	148	1,40%	32	0,60%	280	5,40%	0	0,00%	460	2,00%
Otras actividades de servicios	428	4,00%	75	1%	21	0,40%	0	0,00%	524	2%
Total	10789	100%	5236	100%	5199	100%	1792	100%	23016	100%

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto. Base de comerciantes del Registro Mercantil. Cálculos Departamento de Planeación Institucional y Competitividad Regional.

Según la información anterior, por tamaño de empresa y actividad económica para el municipio de Pasto para el primer semestre del año 2013, se tiene que el alojamiento y los servicios de comida generan un volumen de empleo significativo en la modalidad de micro, pequeña y mediana empresa. Observando las cifras por tamaño de empresa se resalta el hecho de que durante este periodo en mayor proporción la micro empresa de

alojamiento y servicios de comida son las que más mano de obra requieren con una cifra de 1.249 empleos equivalentes al 11.6% después del comercio y reparación de vehículos.

Formación Educativa En Turismo

Analizando la oferta educativa de Pasto, son pocas las instituciones y los programas que ofrecen formación en áreas relacionadas con la actividad turística, no se encuentra disponibilidad y variedad de programas que posibiliten la formación para el trabajo dentro del sector turismo.

Gráfica Nº 13. Participación por programa en la oferta formativa para el trabajo. 2011.



La oferta formativa para el turismo es mínima en comparación con áreas como la administración de empresas y la economía que son los programas para los que se ofrece una formación más avanzada. Una de las instituciones sobresaliente que ofrece formación técnica y para el trabajo es el SENA, en febrero de 2010, El Centro Internacional de Producción Limpia del SENA REGIONAL NARIÑO, inicio procesos de formación técnica de la cadena del Turismo en los municipios de Pasto, la Unión, Taminango, Chachagüí, especialmente apoyando los proyectos Cañón del Juanambú, Proyecto turístico de Tajumbina y Proyecto Más Nariñenses Viajando por Nariño. El SENA

también realiza procesos de integración con la educación media formando adolescentes en áreas de guianza turística en colegios de Pasto y Gastronomía con el Colegio del Pedregal municipio de Imués. De igual forma esta institución realiza formación de profesionales que laboran en la cadena del Turismo como evaluadores de competencias laborales, para iniciar procesos de evaluación y certificación de competencias laborales a personas de agencias de viajes y empresas regionales de promoción turística.

El interés por la actividad económica que significa el turismo ha despertado la necesidad de capacitación de la población, no sólo por participar en el mercado, sino por adquirir excelencia y prestigio. Actualmente en Pasto se ofrece formación relacionada con el área de turismo, en modalidad virtual y a distancia, a niveles de técnico profesional y tecnólogo. La modalidad virtual y a distancia, ofrece ventajas significativas como la propia distribución del tiempo y espacio de estudio, dominio en las herramientas de tecnologías de información y comunicación que encuentra en la red su mejor espacio de desarrollo y de intervención, y oportunidades de mejoramiento continuo.

También hay ofertas en la modalidad presencial, aunque en menor porcentaje:

Tabla Nº 20. Programas y modalidad en ofertas de formación en turismo en instituciones educativas y de formación de Pasto.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	NIVEL EDUCATIVO	MODALIDAD	PROGRAMA
Universidad de Nariño (Ed. formal)	Técnico profesional	Virtual	Guianza turística
Corporación Universitaria Remington (Ed. formal)	Técnico profesional	A distancia	Técnico profesional en turismo
CISNAR Sistemas (Ed. no formal)	Tecnólogo	Virtual	Tecnólogo en gestión turística
SENA	Tecnólogo Técnico profesional	Presencial	Tecnólogo en guianza turística y afines a la cadena. Tecnólogo en administración hotelera. Tecnólogo en servicios recreativos. Técnico en mesa y bar. Tecnólogo en gastronomía

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

El turismo en la región nariñense todavía no está consolidado como cadena empresarial productiva y la capacidad de oferta laboral en el sector turístico es aún muy limitada; ello hace que el profesional egresado en áreas relacionadas encuentre dificultades para insertarse en el mercado laboral. No obstante es un avance que cuente con el respaldo de instituciones que lo acrediten como competente laboralmente.

Inflación

En el municipio de Pasto la inflación medida a través del IPC (Índice de precios al Consumidor que refleja la variación general de los precios en una economía a través de una canasta representativa de bienes y servicios) demuestra una tendencia decreciente

en el nivel general de precios durante los últimos años, para el primer semestre del año 2013 el IPC registrado se encuentra por debajo del promedio nacional, Pasto fue la ciudad con el índice más bajo en este periodo, presentó un crecimiento de precios de 0,33%. Los grupos de bienes y servicios que presentaron incrementos mayores a la variación anual del IPC fueron: Salud (2,20%) y Educación (2,04%); el menor descenso se registró en Alimentos (-0,82%), Transporte (-0,31%) y Diversión con un -1,09%²³

A diciembre del año 2013, el panorama a nivel nacional y local se modifica, Pasto sigue siendo una de las ciudades con bajo crecimiento del IPC (1,02%), los grupos de bienes y servicios que presentaron incrementos mayores a la variación anual del IPC de Pasto (1,02) fueron: Diversión (3,62%), Vivienda (2,53), Salud (2,53), Educación (2,12) y Otros Gastos (1,09); el menor descenso se registró en Alimentos (-0,82%), Transporte (0,89%) y Comunicaciones (0,39%).

Tabla Nº 21. IPC. Variación Anual, total y por grupos de bienes y servicios según ciudades. Diciembre 2013.

Concepto	Variación
Alimentos	-0,82
Vivienda	2,53
Vestuario	1,01
Salud	2,53
Educación	2,12
Diversión	3,62
Transporte	0,89
Comunicaciones	0,39
Otros Gastos	1,09
Total Pasto	1,02
Total Nacional	1,94

Fuente: Elaboración propia en base a cifras DANE y Boletín estadístico. Segundo semestre de 2013

Se observa que las actividades relacionadas de alguna forma con la actividad turística, como son diversión, transporte y comunicaciones presentan una variación no muy significativa en el nivel general de precios.

Divisas.

Con el turismo masivo que cruza las fronteras de los territorios se generan unos efectos monetarios sobre los países receptores, la llegada de turistas trae con sí dos principales consecuencias sobre cualquier región; en primer lugar, un ingreso de moneda ya sea extranjera (divisa) o nacional (que reingresa luego de haber salido por otros motivos) y en segundo lugar, la recaudación de impuestos tanto especiales a extranjeros como normales a los nacionales.

²³ Boletín estadístico. Primer semestre de 2013

Cuando los ciudadanos de un país salen de turismo al extranjero, dichas salidas se traducen en gastos realizados en el país receptor, esos gastos se pagan con moneda del país visitado adquirida con las divisas del país del turista. Esto tiene como consecuencia una fuga de capital del país emisor e ingresos en el país receptor. A nivel de la economía nacional esas entradas y salidas de capital representan cifras significativas, por lo cual, deben aprovecharse en pro del fortalecimiento de la economía y el desarrollo local.

A escala municipal no existe un registro de la entrada de divisas por turismo, a pesar de que los ingresos turísticos provenientes de divisas no representan cifras altas, es necesario conocer su comportamiento para determinar sus efectos económicos sobre la región, especialmente las modificaciones en la balanza de pagos del municipio debido a la entrada y salida de divisas.

Efecto Multiplicador

Con la entrada de divisas por turismo en las regiones receptoras o lugares de destino se genera lo que se conoce como EFECTO MULTIPLICADOR, en este caso, se explica a razón de que la entrada de moneda extranjera produce una elevación de la renta nacional, induciendo a un aumento de las importaciones, con lo cual la región exportadora de turistas recupera una parte de las divisas perdidas por el turismo de los nacionales, esto se da través del comercio internacional. Lo anterior refleja la importancia que tienen las divisas como fuente de riqueza, por ello, se debe precisar su comportamiento en las diferentes economías y por ende, el municipio de Pasto no puede estar alejado de esta dinámica, necesita conocer las repercusiones del efecto multiplicador en su economía con el fin de determinar los sectores potenciales que elevan la renta local y que necesitan de un mayor volumen de inversión para desarrollarse plenamente.

LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE PASTO

Llegada de turistas internacionales

Según PROEXPORT Colombia, Pasto a nivel nacional se ubica en el lugar número 13 como ciudad de destino principal que reportan los viajeros extranjeros en Colombia durante el periodo 2010-2013 (ene-jun), después de Bogotá D. C, Cartagena, Medellín, Cali, San Andrés, Barranquilla, Cúcuta, Santa Marta, Bucaramanga, Pereira, Armenia y Manizales.

Tabla N° 22. Ciudad de destino principal que reportan los viajeros extranjeros en Colombia, 2010-2013 (ene-jun).

Ciudad	2010	2011	2012	2013	% Part. 2011	% Part. 2012	% Part. 2013	% Var. 2011/2010	% Var. 2012/2011	2012 Ene-Jun	2013 Ene-Jun	% Var. 2013 /2012 Ene-Jun	% Part. 2013 Ene-Jun
Pasto	2.550	3.848	7.478	6.416	0,20%	0,40%	0,40%	50,9%	94,3%	4.468	2.995	-33,00%	0,30%

Fuente: Elaboración propia en base a cálculos PROEXPORT COLOMBIA.

Analizando la tabla anterior se observa un aumento en el número llegadas de viajeros a la ciudad de Pasto durante el periodo 2010-2012, pasando de 2.550 viajeros en el año 2010 a 7.478 en el año 2011; en lo referente al porcentaje de participación sobre el total nacional Pasto pasó de tener un peso del 0,20% en el año 2010 a 0,40% en el año 2011 equivalente a una variación porcentual de casi el 100%, esto refleja un comportamiento favorable reflejado en el crecimiento del número de viajeros extranjeros que llegan a la ciudad como su principal destino.

Analizando las cifras para el primer semestre del año 2013 comparado con el primer semestre del año 2012 el panorama para Pasto se modifica, en el periodo de Enero a Junio del año 2013 el número de viajeros extranjeros que reportan a Pasto como principal Ciudad de destino fue de 2.995 frente a 4.468 reportados en el mismo periodo del año 2012; esto evidencia una disminución en el número de viajeros equivalente al 33% y se registra un porcentaje de participación del 0,30% sobre el total nacional.

Para el año 2013 el número de llegadas con respecto al año anterior disminuyo en un 14,2% lo que evidencia un fuerte decrecimiento frente al año 2012, la cifra de llegadas para el año 2013 fue de 6.416; esto equivale a un 0.4% de participación sobre el total de llegadas de viajeros a Colombia.

Cabe destacar que las cifras analizadas no corresponden a llegadas o visitas efectivas a la ciudad de Pasto, es la información de destino principal que los viajeros extranjeros declaran a su ingreso al país y no al municipio.

“Aproximadamente, el 5% de los turistas extranjeros que llegan al país, escogen como destino a Nariño. Aunque no corresponde directamente a las estadísticas de Pasto, es de entender que la capital al ser el nodo del departamento ve afectada su dinámica económica positivamente con el desarrollo de esta actividad, ya que los flujos de turismo hacia el Santuario de Las Lajas y demás templos religiosos, La Cocha, los parques nacionales naturales de la Corota, Sanquianga, La Planada, la Laguna de Cumbal y las playas hermosas y paradisíacas de Tumaco²⁷, encuentran en Pasto su punto de partida²⁴.

La llegada de turistas al municipio de Pasto por motivo de la celebración de los carnavales de Negros y Blancos para año 2014 fue significativa, esto se evidencia en las cifras registradas de la capacidad hotelera que alcanzó el 88,9%, el subintendente y jefe del Grupo de Protección Turismo y Patrimonio Nacional de la Policía Nacional, Jhon Alexander Torres Cárdenas, informó que desde el 28 de diciembre de 2013, hasta el 6 de enero de 2014, ingresaron por el peaje de Daza, 56.921 vehículos lo que da cuenta de la

²⁴ Diagnóstico Socioeconómico y del Mercado de Trabajo Ciudad de Pasto. Observatorio del Mercado de Trabajo de Pasto / Universidad de Nariño. Pág. 52

afluencia de turistas que llegaron durante el Carnaval de Negros y Blancos en la capital de Nariño. Indicó además que 19.876 turistas se hospedaron en diferentes hoteles de la ciudad en el mismo periodo. Para el 6 de enero, la capacidad hotelera en Pasto llegó al 88.9 por ciento²⁵.

Características Del Turista.

El municipio de Pasto no cuenta con una información oficial sobre el perfil de los turistas, sin embargo se pueden mencionar algunas características generales en base a la encuesta de gasto en turismo interno realizada por el DANE durante el periodo comprendido entre abril del 2012 a marzo del 2013 encuestando a un total de 76.620 personas que corresponden a 22.663 hogares distribuidos en las 13 principales ciudades del País: Montería, Barranquilla, Cartagena, Ibagué, Pereira, Villavicencio, Manizales, Medellín, Cali, Cúcuta, Pasto, Bucaramanga y Bogotá.

Las variables investigadas fueron: Disponibilidad de segunda vivienda a nivel de hogar y a nivel de personas se indaga por el gasto en turismo, principal medio de transporte, motivo de viaje, tipo de alojamiento, promedio de noches pernoctadas, así como el gasto en excursionismo.

Módulo de segunda vivienda:

El análisis de este módulo es importante porque revela la tenencia de segunda vivienda de uso recreacional por parte de los hogares puesto que uno de los gastos más representativos de las personas que viajan es el alojamiento que puede ser pagado o no, en el caso de la segunda vivienda el pago no es directo.

- **Tenencia de segunda vivienda de uso recreativo:** La ciudad de Pasto presenta un porcentaje igual al 4% de hogares con segunda vivienda de uso recreativo, un valor significativo pero que se ubica por debajo del promedio de las 13 ciudades y que corresponde al 4,2%.
- **Gastos relacionados con la segunda vivienda:** Según los datos obtenidos de la encuesta de gasto en turismo interno, en la ciudad de Pasto los gastos en los que más incurren los hogares al tener segunda vivienda son servicios públicos con el 100%, seguido del cuidado y mantenimiento con un 65,5% de personas que dijeron tener dichos gastos.

Módulo de turismo:

Turismo por ciudad de residencia: Durante el periodo de referencia la ciudad de Pasto registró que el 15% de personas viajaron fuera de su residencia habitual pernoctando mínimo una noche. Esto revela que el porcentaje de personas que realizaron turismo en el periodo de referencia siendo Pasto la ciudad de origen fue significativo y muy cercano al promedio de las 13 ciudades que fue de 15,2%.

²⁵ Alcaldía Municipal de Pasto. <http://www.pasto.gov.co/index.php/nuestras-dependencias/secretaria-de-desarrollo-economico-y-competitividad/actividades-y-eventos-turisticos-pasto/2184-capacidad-hotelera-en-pasto-alcanzo-el-88-9-durante-el-carnaval>

En términos de hogares, el porcentaje total de hogares que teniendo como lugar de origen a la ciudad de Pasto, realizaron turismo en el periodo de referencia fue de 27,9% superando al promedio total de las 13 áreas de 26,4%.

El 10,7% de los encuestados en la ciudad de Pasto reportó haber viajado fuera del país, un valor importante que supera al promedio de las 13 ciudades que fue del 5,3%.

Motivo principal de viaje: Los principales motivos de viaje de las personas que tienen a Pasto como ciudad de origen son: Visitas a parientes o amigos con un 43,5%, recreación y vacaciones con un 31,8% y finalmente 24,7 por trabajo o negocios.

Personas con quienes se realiza el viaje: el 39,5% de las personas encuestadas para el caso de la ciudad de Pasto aseguran que viajan solos, el 31,4% con otras personas del hogar sin compartir gastos, el 15,3% con otras personas que no son del hogar sin compartir gastos, el 10,7% con otras personas del hogar compartiendo gastos y finalmente el 3,1% con otras personas que no son del hogar y compartiendo gastos.

Principal medio de transporte: el principal Medio de transporte utilizado en el último viaje por los turistas de la ciudad de Pasto fue el terrestre público con una participación del 61,8%, seguido del terrestre particular con un porcentaje del 29,9% y finalmente el aéreo con una participación del 4,5%.

Paquete turístico: Del total de personas de la ciudad de Pasto que hicieron turismo, tan solo el 0,6% pagó un paquete turístico.

Promedio de pernoctación según ciudad de residencia: Para la ciudad de Pasto como lugar de residencia el promedio de pernoctaciones es de 3,9 noches, por debajo del promedio total de las 13 ciudades que fue de 4,4 noches.

Viajes regresando el mismo día: Del total de personas encuestadas para Pasto, el 17,2% realizaron viajes por excursionismo del total de personas que realizaron excursionismo el 5,1% lo hicieron fuera del país.

Tabla Nº 23. Matriz de origen y destinos de viaje

(Porcentaje de personas realizando turismo).

Ciudades de origen	Principales Destinos																															
	Antioquia	Magdalena	Cundinamarca	Bolivar	Caldas	Córdoba	Meta	Nariño	Norte de Santander	Risaralda	Santander	Tolima	Valle del Cauca	Bogota DC	Arauca	Boyaca	Caqueta	Casanare	Cauca	Amazonas	Cesar	Choco	Guaviare	Huila	La Guajira	Atlantico	Putumayo	Quindio	Andres	Sucre	Vaupes	Vichada
Medellin	67,9	1,3	0,1	1,7	2,1	1,2	0,1	..	0,4	2,3	1,7	0,9	3,9	5,3	..	0,3	..	0,1	0,2	..	0,2	1,0	..	0,1	0,1	1,2	0,1	1,8	1,5	4,4
Barranqui	4,5	31,5	..	21,6	..	5,6	0,4	0,2	2,4	0,3	0,7	5,4	0,3	7,5	0,3	3,1	10,5	0,1	5,4
Bogota	2,7	2,6	34,1	3,5	1,4	1,8	6,4	0,3	0,8	0,9	7,3	16,4	2,1	0,3	0,3	10,2	0,1	1,1	0,3	0,5	0,4	4,0	..	0,5	0,2	0,8	0,6	0,7
Cartagena	4,9	5,4	..	32,1	..	11,9	1,1	0,9	0,3	..	0,4	6,2	0,0	0,5	1,7	0,5	2,5	21,5	0,2	9,8	
Manizales	9,2	0,7	0,6	1,4	39,1	..	0,4	0,7	..	15,0	0,2	2,5	9,3	10,6	0,1	0,3	0,4	0,1	0,1	0,3	0,1	0,5	..	6,8	1,1	0,8
Monteria	16,2	3,2	0,7	12,1	..	36,6	0,6	..	0,7	..	1,2	3,9	0,2	..	0,2	0,2	0,6	6,4	..	1,1	..	16,3
Villavicen	2,7	0,6	6,0	3,4	0,3	..	27,4	..	0,5	0,5	3,1	2,8	1,1	32,9	0,2	2,4	0,5	7,9	0,4	0,4	0,4	0,2	0,9	1,3	0,2	0,7	0,2	0,3	1,6	..	0,2	0,9
Pasto	1,6	0,4	0,3	0,1	0,9	..	0,1	65,6	..	0,2	0,3	0,6	16,0	4,0	3,6	..	0,2	0,5	0,2	0,2	4,1	0,9	0,4
Cucuta	2,8	2,8	..	0,2	..	0,1	59,4	..	16,2	0,2	0,4	11,6	0,8	1,0	..	0,3	1,5	0,3	1,3	..	0,3	0,8
Pereira	11,9	0,3	1,5	1,8	15,8	0,3	19,2	0,3	2,0	21,2	8,3	0,8	0,3	0,7	1,0	0,4	..	0,5	1,2	..	1,3	..	0,3	..	9,4	1,4
Bucarama	3,4	8,0	0,2	2,3	1,1	..	0,2	..	9,4	..	48,5	0,9	1,6	8,2	0,7	4,9	..	0,7	2,0	0,8	2,4	..	0,6	2,5	1,4
Ibague	2,3	1,5	5,3	0,5	2,8	..	1,6	..	0,1	2,6	3,4	34,3	4,9	24,4	..	2,3	1,2	0,1	0,5	..	0,6	6,6	..	0,2	0,1	4,2	0,5	0,1
Cali	4,3	0,8	0,3	1,3	1,7	..	0,5	3,2	0,4	2,2	0,9	1,0	53,9	4,4	..	0,2	..	0,3	15,4	..	0,1	0,7	..	1,1	..	0,7	4,6	1,4

Principales Visitas a los departamentos Principales destinos de las ciudades

Fuente: DANE – EGIT 2012-2013

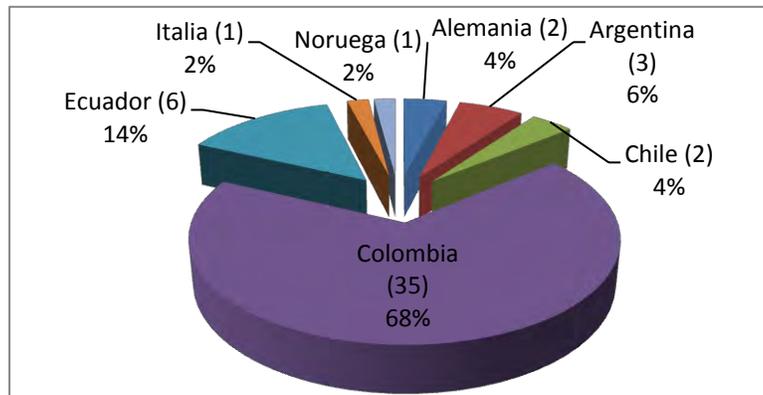
Como se observa en la matriz anterior de salida de viajeros (turismo emisor), la mayoría de personas de las trece ciudades encuestadas hacen turismo dentro de los mismos departamentos; Pasto es una de las ciudades con mayor participación de turismo dentro del departamento de Nariño y otros de los principales destinos turísticos son Valle del Cauca y Putumayo.

Países emisores y motivos de la visita.

Según un análisis presentado por la subsecretaria de turismo en base a información recolectada en el Terminal de Transportes Terrestre, el mayor número de visitantes que recibió la ciudad de Pasto durante los meses de octubre y diciembre del año 2010, provienen de Colombia.

Gráfica N° 14. Principales Países Emisores de Visitantes hacia Pasto.

Octubre-Diciembre. 2010.

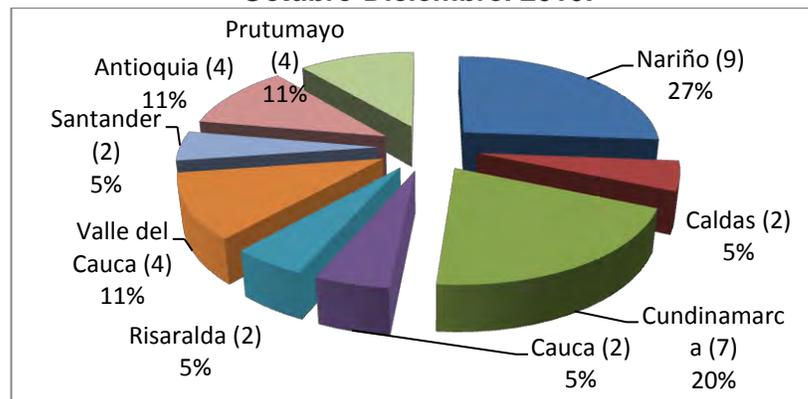


Fuente: * Descripción modificada en base a datos SUBSECRETARIA DE TURISMO

El gráfico indica que los principales países emisores de visitantes a la ciudad de Pasto ordenados de mayor a menor fueron: Colombia, Ecuador, Argentina, Chile, Alemania, Noruega y finalmente Italia. Durante este periodo, el 33% de los visitantes provienen de las diferentes regiones del país, esto refleja que a nivel internacional la ciudad tiene un bajo reconocimiento no solo como destino turístico sino económico, social, cultural, etc.

Gráfica N° 15. Lugar de Procedencia: Departamentos emisores.

Octubre-Diciembre. 2010.

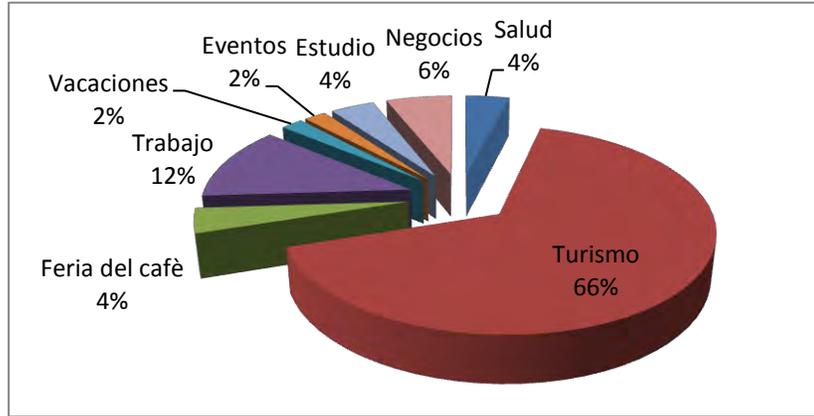


Fuente: * Descripción modificada en base a datos SUBSECRETARIA DE TURISMO

Analizando la gráfica anterior en cuanto a los departamentos de Colombia que son los principales emisores de visitantes a la ciudad de Pasto, se deduce que la mayor cantidad de visitantes provienen del departamento de Nariño, con una participación del 27% en el periodo que va de octubre hasta diciembre del año 2010, le sigue en importancia Cundinamarca con un peso del 20%, Valle del Cauca, Antioquia y Putumayo con una participación del 11% y finalmente Cauca, Caldas, Risaralda y Santander con un peso del 5% cada uno. La ciudad de Pasto es el principal centro económico de todo el departamento, de ahí que un gran número de personas de municipios cercanos la visiten

con frecuencia durante todo el año independientemente de las fiestas de mayor relevancia como son los carnavales.

Gráfica N° 16. Motivo de viaje. Octubre-Diciembre. 2010.

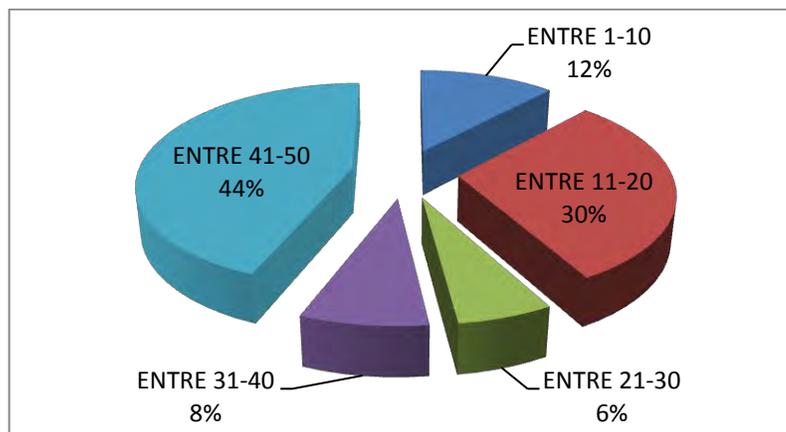


Fuente: * Descripción modificada en base a datos SUBSECRETARIA DE TURISMO

Según la gráfica anterior el principal motivo de viaje a la ciudad de Pasto del mes de octubre a diciembre el año 2010 fue el Turismo con un peso del 66% sobre el total, le sigue en importancia el motivo del trabajo con una participación del 12% y por negocios con un peso del 6%. Esto permite ver que Pasto tiene un buen potencial turístico que puede aprovechar para incrementar el número de turistas que visitan la ciudad y el municipio en general.

Estadía promedio de los turistas en el municipio.

Gráfica N° 17. Días de viaje. Octubre-Diciembre. 2010.



Fuente: * Descripción modificada en base a datos SUBSECRETARIA DE TURISMO PASTO

En cuanto a los días de viaje que los visitantes reportan, se puede ver que para este periodo la estadía supera los 40 días, el 44% de las personas consultadas afirman que

sus días de viaje se encuentran en el intervalo de los 41 a los 50 días, de igual forma un porcentaje importante equivalente al 30% afirma que su promedio de estadía está entre los 11 y 20 días.

Estacionalidad de la demanda turística.

Una característica estructural importante de la actividad turística es su marcada estacionalidad, entendida como la concentración de actividades operativas del sector en determinadas épocas del año; la afluencia turística no se realiza en igual medida a lo largo de todos los meses del año, sino que presenta un comportamiento más o menos cíclico con periodos de auge y recesión.

El fenómeno turístico del municipio de Pasto a lo largo del año registra una temporada alta caracterizada por presentar una demanda turística significativa en la región, la marcada afluencia turística se debe a la celebración de los Carnavales de Negros y Blancos llevada a cabo los primeros días de mes de enero, la temporada se inicia el 2 y finaliza el 7 del mismo mes, coincidiendo con el periodo de vacaciones escolares y laborales de algunas regiones del país lo que contribuye a la llegada de turistas al municipio.

A nivel municipal existe una acentuada estacionalidad con una mayor concentración de los flujos turísticos en el mes de enero como ya se mencionó anteriormente, sin embargo, también se registra una llegada significativa de turistas en los meses de Marzo y abril para la época de Semana Santa. Este fenómeno se da de forma más acentuada en el turismo receptor e interno y los motivos principales de los viajes realizados son personales (por recreación, ocio, vacaciones, visitas a familiares o amigos) y religiosos, tanto en el caso de los no residentes como en el de los residentes.

Calificación como destino turístico.

Actualmente el municipio de Pasto es un destino turístico prácticamente desconocido, existe un bajo conocimiento y promoción de los productos turísticos alternativos en el municipio, el evento de mayor reconocimiento como ya se menciona es el Carnaval de Negros y Blancos, pero el turismo realizado durante el resto del año hacia esta región es muy bajo; se evidencia un estancamiento en el crecimiento y en el grado de asociatividad de prestadores de servicios turísticos (alojamiento turístico y agencias de viajes), hay carencia e inadecuadas instalaciones de hotelería para el turismo rural y ecoturismo, dificultades para movilizarse hacia el municipio especialmente por vías terrestres.

Turismo interno.

El municipio de Pasto carece de registros en los que se pueda conocer el tipo de turismo que buscan los pastusos dentro del municipio, sin embargo es conocido que el mayor flujo de personas que se movilizan internamente lo hacen hacia la ciudad capital que es San Juan de Pasto debido a que es el principal centro económico, social, político, cultural y recreativo de la región.

6. EL CLUSTER DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

DESCRIPCIÓN DEL CLUSTER

El término clúster en general define una concentración geográfica de empresas, instituciones y organizaciones que tienen relaciones entre sí, y, al hacerlo crean un proceso dinámico donde todas ellas pueden mejorar su desempeño y sostenibilidad a largo plazo. Son concentraciones de empresas en una misma región que operan en líneas similares de negocios y cuyas relaciones fomentan el desarrollo de múltiples interdependencias entre ellas, fortaleciendo su competitividad en una amplia variedad de áreas como: capacitación, recursos financieros, desarrollo tecnológico, diseño de productos, mercadotecnia y distribución.

Cuando se hace referencia a un Clúster Turístico, éste se puede definir por servicios (alojamiento, restauración, transporte, etc.), por marco geográfico (comarcas, rutas) o por temas (turismo cultural, de naturaleza, gastronómico, etc.).

Al analizar un clúster se puede cometer el error de sólo estudiar los sectores directamente relacionados al producto final; sin embargo, los sectores de apoyo son igualmente importantes y vitales para el desempeño del mismo.

La industria turística en el municipio de Pasto tiene una amplia gama de sectores relacionados directa e indirectamente que comparten una determinada área geográfica. Sin embargo, los participantes aparentemente carecen de una integración que los lleve a trabajar en conjunto hacia un fin común para el beneficio de todos, el producto turístico como tal, considerado como el elemento integrador del clúster, no está fuertemente consolidado con potencial de mercado capaz de generar una dinámica integradora de los distintos eslabones de la cadena productiva del sector, es decir, el producto no ha logrado funcionar como motor en la conformación de una red integral de servicios dentro del municipio.

SECTORES DIRECTAMENTE RELACIONADOS

El sector turismo en el municipio de Pasto y a nivel general dinamiza en sus relaciones a otros sectores de la economía, razón por la cual es fundamental caracterizar sus actividades para medir su real impacto en las localidades donde se práctica, se trata de reconocer a este sector como una INDUSTRIA tal como lo expresa el artículo 1 de la ley 300 de 1996 modificado por el artículo 2 de la ley 1558 de 2012: *“El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social”*²⁶. Existe gran complejidad para lograr identificar las características e impactos tanto específicos como generales del turismo en el municipio, sin embargo, el análisis del comportamiento de los sectores relacionados con la actividad permite tener una visión cercana a la realidad del sector.

²⁶ Ley No. 1558 de 2012. "por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones".

Frente al resto del departamento, la capital de Nariño tiene el mayor número de prestadores de servicios turísticos con Registro Nacional de Turismo (RNT), alcanzando 223 establecimientos. Se puede establecer que la capital es el lugar de salida y llegada a los atractivos turísticos del departamento, lo cual indica que Pasto logra un mayor nivel de competitividad comercial.

Tabla N° 24. Prestadores de servicios turísticos de Pasto. A diciembre del 2011.

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO CON RNT	No.	%
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	173	77.57
Agencias de viajes y turismo	26	11.65
Guías de turismo	11	4.93
Agencias de viajes operadora	9	4.03
Empresas de transporte terrestre	3	1.34
Oficina de representación turística	1	0.44
TOTAL	223	100

Fuente: Registro Nacional de Turismo. Marzo 2012

Cabe destacar que, si bien las empresas prestadoras de estos servicios están formalizadas, se presenta un bajo porcentaje de registros debido a que existe desconocimiento de la normatividad, de los beneficios, y porque la actividad económica relacionada con el turismo es aún incipiente en el municipio y en el departamento en general.

Atractivos turísticos

La Subsecretaría de Turismo del municipio de Pasto es la dependencia encargada de realizar y actualizar constantemente el Inventario Turístico de la ciudad capital así como el de los 17 corregimientos del municipio de Pasto, el inventario registra ordenadamente los factores físicos y culturales, como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos o servicios turísticos dentro de la región.

El inventario turístico representa un instrumento valioso para la planificación turística, es una fuente de información que permite identificar los diferentes atractivos turísticos, conocer el potencial de la oferta turística que tiene el municipio de Pasto y como un instrumento de gestión facilita la toma de decisiones en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Inventario turístico del municipio de Pasto.

CIUDAD DE PASTO

En la ciudad de Pasto los principales atractivos turísticos inventariados son:

Centros De Recreación

En Pasto se cuenta con diferentes espacios para recreación, entre los que se destacan:

- Estadios, siendo los más importantes: El Estadio Libertad, La Pastusidad y Lorenzo de Aldana que son los que poseen mejor infraestructura.

- Coliseos: Sergio Antonio Ruano, Sur Oriental, Universidad Mariana, Institución Universitaria CESMAG y el Coliseo Filipense.
- Clubes, principalmente de manejo privado tales como el Club Colombia, Club Bavaria, Club del Comercio y Club de Tenis Pasto.
Se tiene variedad de grupos musicales, especialmente tríos, se distingue la Banda Departamental, Bandas Juveniles.
- San Juan de Pasto tiene una Casa de la Cultura y dentro de la ciudad se puede encontrar una variedad de centros de información, los cuales se pueden clasificar de la siguiente manera:

Bibliotecas Universitarias: Universidad de Nariño, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad Mariana, Corporación Autónoma de Nariño, Institución Universitaria Centro de Estudios Superiores María Goretti – CESMAG, Universidad Nacional a Distancia –UNAD, Escuela Superior de Administración – ESAP, Universidad Antonio Nariño, CINAR Sistemas y American Business School, entre otras.

Bibliotecas Públicas: Confamiliar Miraflores, Carlos Cesar Puyana, José Eusebio Caro – Casa de la Cultura y el Centro Cultural “Leopoldo López Álvarez” – Banco de la República.

Bibliotecas Escolares: Centro Experimental Piloto – CEP, Escuela Normal Nacional, Colegio Ciudad de Pasto, Colegio San Francisco Javier, Instituto Nacional de Educación Media Diversificada – INEM, Colegio Sagrado Corazón de Jesús – Bethemitas, Instituto Técnico Superior Industrial Nacional –ITSIN, Liceo Central Femenino, Colegio María Goretti, Centro Auxiliar de Servicios Docentes – CASD, Colegio Nuestra Señora de las Lajas, Colegio la Inmaculada, Colegio Champagnat, Colegio Filipense Nuestra Señora de la Esperanza, Colegio San Felipe Neri, Colegio Militar Colombia, Liceo de la Merced Maridíaz, Liceo Santa Teresita, entre otras.

Banco de la república: Se encuentra el Museo Arqueológico donde se exhiben objetos precolombinos en oro y tumbaga, y cerámicas pertenecientes a las culturas: Quillacingas, Pastos, Tumacos, Abades, ingas y otras. En total en Pasto hay 10 museos.

- Reserva ecológica “Chimayoy” en la salida a Chachagüí, donde se disfruta del verdor de sus paisajes, senderos ecológicos, muestras de cultivos, salones para conferencias y servicio de restaurante.
- Parques: el Parque de Nariño, la Plaza del Carnaval, El Parque Santiago, el Parque Infantil, el Parque Bolívar, Parque recreacional Chapalito y otros en los diferentes barrios como Tamasagra y Capusigra.
- En Pasto son muy conocidos los juegos tradicionales como la “Chaza”, de origen ancestral y que se practica en las comunidades populares, campesina e indígenas.
- La ciudad de San Juan de Pasto cuenta con teatros y diferentes salas de cine como: Cinemas Valle de Atríz, Cine Gualcalá, Cine Colombia. Y también con salas de teatros

y actos: Teatro Imperial, Teatro Pasto, Teatro Maridíaz, Teatro Javeriano, Teatro Femenino Libertad, Teatro Colombia Bethlemitas, Paraninfo Universidad de Nariño, Sala de actos Universidad Cooperativa de Colombia, Sala de actos Universidad Mariana, Sala Bertlon Brech, Media Torta INEM, Concha Acústica Agualongo, Sala de teatro Aleph, Auditorio Cámara de Comercio, Teatro Confamiliar, Sala de actos INVIAS, Sala Cultural Banco de la República, Sala de Academia de Adultos, Sala Palatino Facultad de Artes, Sala Dirección de Salud Pública. De los cuales cabe destacar los siguientes, por su trascendencia:

Recursos culturales - naturaleza tangible clasificación: bienes inmuebles. Arquitectura religiosa: templos.

Desde la época de la conquista y la colonia hasta la actualidad la ciudad de Pasto ha sido protagonista de la actividad arquitectónica. Lo que realmente asombra no solo a su población sino a los turistas es la arquitectura religiosa de los templos, iglesias y capillas que se refleja en el diseño de sus torres, cúpulas y campanarios y que le dan a Pasto un toque de señorío y grandeza.

Entre los principales templos, iglesias y capillas se encuentran los siguientes: Templo De San Andrés, La Iglesia Catedral, Templo De San Juan Bautista, Capilla De Las Madres Conceptas, Iglesia De La Merced, Templo De Santiago, Iglesia De San Felipe O Jesús Del Río, Capilla De Nuestra Señora De Lourdes, Iglesia De Cristo Rey, Templo De Fátima, Templo De San Agustín Y la Iglesia De La Panadería.

Festividades y eventos: fiestas patronales: Fiesta de la virgen de las Mercedes:

La Fiesta Patronal de la Virgen de las Mercedes tiene su origen en la Colonia, año de 1756, cuando el Cabildo de la Ciudad de San Juan de Pasto hizo promesa a la Virgen de celebrarle, el 23 y 24 de septiembre de cada año, un día de ayuno si protegía a la ciudad de las erupciones del volcán Galeras.

Recursos culturales - naturaleza tangible. Bienes inmuebles: arquitectura civil: edificaciones de uso civil.

En el devenir del Siglo XIX, con el comienzo histórico de la República, la ciudad de Pasto no superó su pasado colonial monárquico y se encontró marcada paradójicamente bajo la estrella de esa extraña mezcla. La época llamada “Republicana”, se desarrolló entre 1830 y 1930 aproximadamente. “La arquitectura republicana fue ecléctica, llena de referencias interculturales, diferenciada del estilo colonial. Fue más que nada una forma de hacer, ornamental y moblar las edificaciones”. Entre las principales construcciones se encuentran los siguientes: Teatro Imperial, Palacio De Gobierno De Nariño, Universidad De Nariño (Centro), Edificio Del Pasaje Corazón De Jesús, Casa Republicana, Casa De Enrique Eraso Navarrete Y Casa De Sofonías Rincón.

Recursos culturales - naturaleza tangible: bienes muebles: objetos arqueológico: objetos de cerámica y tejidos: museo arqueológico del banco de la República de Pasto.

Los antiguos pobladores de la ciudad de San Juan de Pasto pertenecían a la etnia de los Quillacingas; la ciudad tiene una riqueza histórica importante basada en la arqueología y

por ello los constantes hallazgos de guacas y los entierros hacen parte del patrimonio cultural del municipio.

En la cabecera municipal de Pasto, en el Museo del Banco de la República se encuentran piezas de cerámica, procedentes de los hallazgos en las tumbas prehispánicas. Entre los objetos arqueológicos encontrados se hallan: ollas y jarras de barro, figuras antropomorfas, zoomorfas y tejidos, entre otros.

Recursos culturales - naturaleza intangible (itg). Patrimonio cultural vivo: objetos artesanales: Artesanías: barniz de Pasto, decoración en tamo, cerámica en arcilla y barro, repujado en cuero, textiles: bordados y gobelinos, talla en madera.

En la ciudad de San Juan de Pasto, existen microempresas familiares dedicadas a la producción de artesanías, los pobladores de la ciudad se han distinguido por su habilidad en las artes, una de ellas es la elaboración de objetos artesanales; entre los más destacados se pueden mencionar:

EL BARNIZ DE PASTO. Es la artesanía típica del municipio. Técnica que utiliza de una laca obtenida del MOPA-MOPA para la decoración de toda clase de objetos de madera.

DECORACIÓN EN TAMO. Para la elaboración de productos en tamo se utiliza o extrae el tallo del trigo o la cebada.

CERÁMICA EN ARCILLA Y BARRO. Se realiza un trabajo de cerámica con barro cocido, conservando su color natural.

TEXTILES: Bordados y Gobelinos. Se utilizan como materias primas hilos, lanas y telas naturales de diferentes colores.

TALLA EN MADERA. Es un trabajo manual sobre la madera utilizando herramientas como el martillo, el formón, el cincel, la gurbia y la escuadra.

Recursos culturales - naturaleza intangible (itg): patrimonio cultural vivo: pinturas: Pintores:

En la ciudad de San Juan de Pasto existen muchos pintores, la habilidad y creatividad de los pastusos se ve plasmada en los lienzos que recrean la vista de propios y visitantes; es por eso que muchos de los artistas pintores son reconocidos a nivel local, nacional e internacional.

Recursos culturales - naturaleza tangible. Clasificación: bienes muebles: objetos arqueológico: objetos de cerámica y bronce: Museos.

La ciudad de Pasto tiene una gran e importante riqueza histórica basada en la arqueología, los antiguos pobladores de la ciudad de San Juan de Pasto pertenecían a la etnia de los Quillacingas; y por ello se han dado constantes hallazgos de guacas y los entierros hacen parte del patrimonio cultural del municipio. Para mantener los objetos encontrados en la ciudad se han creado varios museos dentro de los cuales están: Museo Del Oro, Museo Juan Lorenzo Lucero, Museo Luciano Rosero, Museo del Carnaval, Museo Casona Taminango de Artes y Tradiciones Populares de Nariño, Museo Madre

Caridad Brader, Casa Museo Taller Relieves EBC y el Museo Fotográfico Luis Bernardo Esparza.

Festividades y eventos: clasificación: fiestas: Carnaval de Negros y Blancos.

El carnaval de Negros y Blancos obtuvo reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Nación, esta festividad comienza el 28 de diciembre con la celebración del día de inocentes e involucra la costumbre de celebrar la despedida del año, el 31 de diciembre con la quema de los tradicionales años viejos.

El 3 de enero se comenzó a celebrar el Carnavalito como un homenaje a los niños artesanos, se hacen carrozas en miniatura; sus orígenes se remontan al año de 1966, cuando un grupo de niños liderado por Mario Rodríguez, Javier Granja y Omar Delgado, confeccionaron una réplica de las carrozas del 6 de enero, en una atractiva parodia de esta festividad. El 3 de enero también es un día dedicado a la presentación de las bandas regionales y en sus inicios se hacía un desfile de las autoridades indígenas, representadas en los cabildos.

El origen de la Familia Castañeda, según fuentes histórica, se comienza cuando el 4 de enero de 1928, un grupo de campesinos (los padres, tres hijas y dos hijos) procedentes del Encano llegaron a Pasto después de una peregrinación a las Lajas, algunas personas que los vieron llegar por el Barrio El Ejido, los bautizaron “La Familia Castañeda”.

El juego del 5 de Enero se encuentra ligado a la lucha de los esclavos negros por su libertad en el tiempo de la colonia española. Después de muchos intentos por librarse de la esclavitud a través de los asentamientos en los palenques, en 1807, los negros libres del Retiro se presentaron en Popayán ante las autoridades del Virreinato en Popayán para pedir “un día de libertad” en recompensa por su trabajo anual, la petición se tuvo en cuenta debido a los constantes levantamientos de los esclavos negros; un 5 de enero se declaró día de libertad, ese día se lanzaron a las calles danzando y gritando y llevando en sus manos carbones con los que tiznaban a todos los que pasaban por las calles. Desde el siglo XVIII, la “Fiesta de los Negritos” en la ciudad de Pasto, se convirtió en una celebración tradicional eminentemente con participación popular y repercusión en todo el sur del país.

La celebración del 6 de enero se remonta a la década de 1926 a 1937, con las festividades estudiantiles, la reina de los estudiantes y la cultura, con celebraciones carnalescas que se realizaban en la época: carrozas al estilo de autos alegóricos, comparsas, batallas de flores, disfraces, etc. Este período es conocido por la aparición de las primeras carrozas y por ende de la participación de los artesanos en el evento.

CORREGIMIENTOS DEL MUNICIPIO DE PASTO

El municipio de Pasto está constituido por dos zonas, la urbana representada por la capital del departamento Nariño, la ciudad de San Juan de Pasto, y la zona rural conformada por 17 corregimientos distribuidos en los alrededores del municipio. A lo largo de la historia estas dos zonas han mantenido un sinnúmero de relaciones internas y

externas, de tipo económico, social, político y cultural que en su conjunto determinan la dinámica de funcionamiento del municipio de Pasto.

Los 17 corregimientos (San Fernando, Cabrera, Mocondino, San Pedro de la Laguna, Jamondino, Gualmatan, Jongovito, Obonuco, Genoy, la Caldera, Buesaquillo, Mapachico, Catambuco, el Encano, el Socorro, Morasurco, Santa Bárbara) tienen como característica común la riqueza paisajística, en todos ellos sobresalen los recursos naturales del campo, la diversidad de flora y fauna que atraen a visitantes con gusto por la naturaleza e interés por apreciar la majestuosidad del valle de Atriz.

San Fernando:

- Patrono: San Fernando de Castilla, cuyas fiestas se celebran el 30 de mayo.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Mazamorra, Helados de Paila, Trucha, cuy, conejo, frito pastuso, choclo con queso, sancocho de gallina, gran variedad de dulces y helados de paila.
- Sitios de Interés: Cerro de la Cruz de San Fernando, miradores, polideportivos, cachas de futbol, lugares de pesca deportiva.
- Veredas: San Fernando Centro, Camino real, Dolores Reten, La Cadena, Caracolito, Alto san Fernando, El Común.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es san Fernando de castilla, el cual toma su nombre y es muy visitado por personas propias de la región y foráneos.

Cabrera:

- Patrono: Señor de la Buena Esperanza cuya fiesta se celebra el 29 y 30 de septiembre.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Conejo, Frito pastuso, Mazamorra, Helados de paila, Dulce de Chilacúan y Calabaza.
- Tradiciones Culturales: Danzas.
- Juegos Tradicionales: Cuspe.
- Sitios de Interés: Reserva Natural, miradores, polideportivos, cachas de futbol, lugares de pesca deportiva.
- Iglesia del Señor de la Buena Esperanza: Esta iglesia se encuentra a 2 horas a pie desde la ciudad de Pasto.
- Veredas: Cabrera centro, Duarte, Purgatorio, La paz, Buena vista alto y Buena vista bajo.

Mocondino:

- Patrona: Virgen de la Visitación, cuya fiesta es la última semana del mes de mayo.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Gallina, Dulces, Empanadas.
- Tradiciones Culturales: Desfile de años viejos.
- Juegos Tradicionales: Chaza, Trompo, Desafío de Gallos.
- Sitios de interés: Maloca, cancha de chaza y polideportivos, capillas, Club de caza, pesca y tiro que cuenta con un deporte extremo: "paintball armex".

- Su principal atractivo turístico: es el templo de la Santísima Virgen de Visitación la cual es muy visitada por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Mocondino centro, Cánchala, Dolores, Puerres.

San Pedro De La Laguna:

- Patrono: San Pedro Apóstol cuya fiesta se celebra los días 28 y 29 de junio.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Conejo, Frito y Sancocho.
- Tradiciones Culturales: Danzas y Sapo.
- Sitios de interés: Miradores, Rio Aguapamba: En donde se puede practicar la pesca deportiva, capillas, las cruses de San Miguel.
- Su principal atractivo turístico: es el templo San Pedro Apóstol
- Veredas: Laguna Centro, Alto San Pedro, Aguapamba, El Barbero, San Luis, La playa.

Jamondino:

- Patrona: Nuestra señora del Rosario y Nuestra Señora de la Natividad, cuya fiesta se celebra el 8 de septiembre.
- Tradiciones Gastronómicas: Frito pastuso, cuy asado y Mazamorra.
- Tradiciones Culturales: Grupos de Danzas y Bandas Musicales.
- Sitios de Interés: Poli deportivo, el Valle de las Piedras.
- Su principal atractivo turístico es el templo Su Santa Patrona es la Virgen de Natividad y es muy visitada por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Jamondino centro, El rosario, Santa helena.

Gualmatan:

- Patrona: Virgen de Lourdes, San Miguel Arcángel cuyas fiestas se celebran los días 29 y 30 de septiembre.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Conejo, Frito, Mazamorra, Empanadas, Hornado.
- Sitios de Interés: Capillas de San Miguel Arcángel, Gruta de la Virgen de Lourdes, poli deportivo.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es el arcángel San Miguel, su imagen puede ser observada en lo alto de la capilla es muy visitado por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Vereda gualmatan centro, Gualmatan alto, vocacional, Fátima, huertecillas nueva Betania

Jongovito:

- Patronos: San Pedro y San Pablo cuyas fiestas conocida también como las Guaguas de Pan se celebra los días 28 y 29 de junio.
- Sitios de interés: poli deportivo y una cancha de basquetbol, miradores, quebrada Cuataram, antiguo aeropuerto, canchas de futbol.

- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es san Pedro y San Pablo, el cual es muy visitado por personas propias de la región y foráneos. Sus misas se realizan los días sábados y domingos.
- Veredas: Jongovito centro, San Francisco, San Pedro, Chuquimarca, Cruz loma, Josefina, Armenia.

Obonuco:

- Patronos: Jesús Nazareno, cuya fiesta se celebra la última semana del mes de enero.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Gallina, Dulces, Empanadas. Frito
- Sitios de interés: poli deportivo y una cancha de voleibol, varios miradores, Unidad Deportiva y Recreacional Ambiental (U.D.R.A) en la cual se practica diferentes actividades deportivas (patinaje, deportes extremos), y la fiesta del cuy que se realiza para rematar el carnaval de negros y blancos cada 7 de Enero de cada año, de igual forma en ella se encuentra el Lago la Corotica que tiene un sendero ecológico y cuenta con gran diversidad de flora y fauna, la chorrera, Santuario de flora y fauna Galeras.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es Jesús Nazareno, el cual es muy visitado por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Obonuco centro, San Antonio, Bellavista, Mosquera, Santander, San Felipe.

Genoy:

- Patronos: San Pedro y San Pablo cuyas fiestas se celebran el 28,29.y 30 de junio.
- Tradiciones Gastronómicas: Guarapo, chicha, cuy, el maíz es el principal cultivo.
- Tradiciones Religiosas: Las fiestas de San Pedro Apóstol y procesión por la Semana Santa.
- Tradiciones Culturales: Bandas musicales, Grupos alegres de Genoy, Orquestas.
- Sitios de interés: Parroquia san Pedro Apóstol, Poli deportivos, canchas de futbol, los termales de Genoy, capilla del niño Jesús de Praga, gruta de la Virgen de Fátima.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es San Pedro y San Pablo, el cual es muy visitado por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Genoy centro, La cocha, Charguayaco, Castillo loma, Aguapamba, Nueva campiña, Puyitopamba, El Edén, Bellavista.

La Caldera:

- Patrono: Divino niño
- Tradiciones Culturales: festival del cuy
- Sitios de interés: Poli deportivo, varios miradores.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es el Divino niño 20 de Julio, y es muy visitado por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Caldera centro, Arrayanes, Alto arrayan, Alto caldera, San Antonio, Pradera.

Buesaquillo:

- Patrono: Señor de la Buena Muerte cuya fiesta se celebra los días la segunda semana del mes de Mayo. San Francisco cuya fiesta se celebra los días 10 y 11 de octubre.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Mazamorra, Mazorca con queso, Chicha, Dulce de calabaza.
- Sitios de interés: Capilla de Pejendino, Capilla de Cujacal, Cerro de Tacines, varios miradores, poli deportivo, cancha de basquetbol, futbol y chaza.
- Juegos Tradicionales: Chaza y Sapo.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es una bien lograda escultura de Jesús Crucificado, en la advocación del Señor de la Buena Muerte, el cual es muy visitado por personas propias de la región y foráneos
- Veredas: Buesaquillo centro, Pejendino reyes, Buesaquillo alto, La josefina, Tamboloma, Alianza, San José, San francisco, El Carmelo, La huecada, Villa julia, Cujacal, San Isidro, Cujacal bajo.

Mapachico:

- Patrono: Santísima Virgen en su advocación de la Divina Pastora, corpus Cristo o Santo Jubileo su fiesta patronal se celebra a mediados del mes de julio.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, sancocho de gallina, frito pastuso.
- Sitios de Interés: Poli deportivo, Varios miradores, cueva santa, gruta de la virgen de la piedra la cual es un atrayente de mucha importancia para los habitantes de este corregimiento, en fines de semana es muy visitada por lo milagrosa que es la imagen de la virgen, piedra del higerón.
- Su principal atractivo turístico es el templo de su patrona la Santísima Virgen en su advocación de la Divina Pastora, corpus Cristo o Santo Jubileo, el cual es muy visitado por personas propias de la región y foráneos.
- Veredas: Mapachico Centro, Villa María, El Rosal, San Francisco Briceño, Briceño alto, La victoria Torobajo, Anganoy, San Juan de Anganoy, Vista Hermosa, Los Lirios, San Cayetano.

Catambuco:

- Patrona: Virgen de Guadalupe cuya fiesta se celebra el 12 de diciembre
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, la fritada y la mazorca asada.
- Sitios de interés: poli deportivos, canchas de futbol, gallera Pioja de oro, capillas, miradores, la represa del Rio Bobo, paramo el Tábano, senderos de la laguna negra.
- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrona es la Santísima Virgen de Guadalupe la cual es muy visitada por personas propias de la región y personas de toda parte de Colombia.
- Veredas: Catambuco Centro, Botanilla, Botana, Chaves, Campanero, Bellavista, San Antonio Casanare, San José de Casanare, Alto Casanare, Rio Bobo, San Antonio de Acuyuyo, La Victoria, San Isidro, Cruz de Amarillo, Santa María, Cubijan Alto, Cubijan Bajo, La Merced, Guadalupe, San José.

El Encano:

- Patrono: Jesús Resucitado
- Tradiciones Gastronómicas: Trucha arcoíris Dulce de chilacúan y calabaza.
- Sitios de Interés: El templo y el patrono es Jesús Resucitado, reserva natural el Arrayán, reserva natural el Encinal, reserva natural el Tábano, reserva natural las Perlas, reserva natural el Cedro, santuario de flora y fauna isla de la Corota, Lago Guamuez, reserva natural Naturalia, reserva natural Raíces Andinas, reserva natural la Victoria, reserva natural los Arroyos, reserva natural las Pavas, reserva natural el camino de la Danta, reserva natural nuevo Amanecer, reserva natural Sombra de un Árbol, reserva natural Cuatro Esquinas, reserva natural la Casa del Búho, reserva natural Taki Yaco, reserva natural Refugio Cristalino, reserva natural la Begonia, reserva natural la Cresta, reserva natural Altamira, reserva natural Semillas de Agua, reserva natural el Edén, reserva natural el Vicundo, reserva natural los Tres Pinos, reserva natural la Orquídea, reserva natural el Sol del Venado, reserva natural la planada del Guamués, reserva natural herencia Verde del Estero, reserva natural Betania, reserva natural Colombia Verde, reserva natural rio el Estero, reserva natural la Sirena, reserva natural Tamia Ushia, reserva natural Encanto Andino, reserva natural Renacer, cerro campanero, reserva natural la Cascada del Quilínza, reserva natural el Aliso, reserva natural el Moral, reserva natural Señor del Río, reserva natural Viracocha, reserva natural el Diviso, reserva natural Marabú, reserva natural el Campanero, reserva natural Santa Rosa, reserva natural el Chaquilulo, reserva natural el Rosal, cementerio arqueológico, reserva natural el Calabazal, reserva natural puertas del Sol, paramo de Bordoncillo, bosque Vicundo, el mirador, reserva natural Castelvi.
- Recursos culturales: Sol Naciente, escultor Ernesto Buzzi.
- Veredas: Encano Centro, Casa pamba, el Puerto, San José, el Carrizo, el Motilón, Romerillo, Ramos, Santa Lucía, Santa Isabel, El Estero, Naranjal, Santa Teresita, Mojondinoy, Santa Rosa, Santa Clara, Campo Alegre, Bella vista, el Socorro.

El socorro:

- Patrona: Inmaculada concepción y la Virgen del Perpetuo Socorro cuyas fiestas se celebran en Diciembre y en julio.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Tamales, Mazamorra, Chicha, Fritanga.
- Sitios de interés: Polideportivo, cancha de chaza, capillas, paramos, cascada San Gabriel, Río el Verde.
- Su principal atractivo turístico es el templo de la Virgen del Perpetuo Socorro y la Virgen de la Inmaculada Concepción el cual es muy visitado por personas propias de la región y personas de toda parte de Colombia.
- Veredas: Socorro Centro, el Carmen, San Gabriel, Bajo Casanare.

Morasurco:

- Patrono: Sagrado Corazón de Jesús, cuyas fiestas se celebran el 14,15 y 16 de Julio.
- Tradiciones Gastronómicas: Cuy, Frito, Gallina.
- Sitios de Interés: Parque Ecológico de Chimayoy, centro turístico la Macarena, reserva ecológica Morar, hidroeléctrica Julio Bravo.

- Su principal atractivo turístico es el templo cuyo patrono es el Sagrado Corazón de Jesús el cual es muy visitado por personas propias de la región y personas de toda parte de Colombia.
- Veredas: Daza, Josefina, San Juan Bajo, San Juan Alto, Chachotoy, Tosoavi, Pinasaco, Tescual, San Antonio de Aranda.

Santa Barbará:

- Patrona: Virgen de santabárbara Mártir cuya fiesta se celebra en el mes de Diciembre
- Tradiciones Gastronómicas: Este corregimiento cuenta con gran diversidad de platos, entre los más destacados se encuentra el Cuy asado, la Gallina criolla, las Empanadas, el Conejo, la Trucha, el Choclo, el Frito, los Productos lácteos y en bebidas la Chicha, estos platos típicos se ofrecen solamente en festividades y eventos, es decir en ocasiones especiales.
- Veredas: Santa Bárbara Centro, Cerotal, los Ángeles, las Encinas, Concepción Alto, Concepción Bajo, las Iglesias, Jurado, la Esperanza, los Alisales, Divino Niño y Santa Bárbara Alto, San Gabriel, Bajo Casanare, el Carmen.

Artesanías.

En términos generales el departamento de Nariño es una de las regiones que sobresale por su tradición artesanal, las diferentes artesanías comúnmente se elaboran con cerámica, paja toquilla, metal, madera, cuero, tamo, el barniz, entre otros. En el municipio de Pasto el material más representativo es el barniz obtenido a partir de la resina del árbol mopa mopa cuya técnica es única en el mundo.

Tabla N° 25. Actividades artesanales destacadas en Pasto.

TÉCNICA	OBJETOS	LUGARES DE ORIGEN
Cerámica	Maseteros, ollas, platos, callanas	Barrios de la ciudad de Pasto, y otros departamentos como el Huila.
Cestería	Canastos, esteras	Corregimiento de Genio, Municipio de Buesaco, Municipio La Cruz.
Barniz de Pasto	Platos, bomboneras, cofres, cajas, portavasos	Barrios de la ciudad de Pasto
Enchapado en tamo	Jarrones, aretes, collares, cofres, cuadros	Barrios de la ciudad de Pasto
Repujado en cuero	Baúles, servilleteros, jarrones, individuales y portavasos	Barrio Pandiaco en la ciudad de Pasto
Talla en madera	Repisas, rostros de Jesucristo, máscaras, indígenas, campesinos, músicos	Barrios de la ciudad de Pasto, municipios de Túquerres, y Consacá en el Departamento de Nariño. Sibundoy en el Departamento del Putmayo, e Ibarra y Otavalo Ecuador
Tejeduría paja toquilla	Sombreros e individuales en paja toquilla.	Municipio de Sandoná en el Departamento de Nariño

Fuente: Diagnóstico socioeconómico y del mercado de trabajo. CEDRE.

Cabe resaltar que la mayoría de estas artesanías son realizadas en pequeños talleres o empresas familiares y se comercializan en los talleres de los artesanos, las tiendas artesanales, las plazas de mercado, espacios institucionales (Oficina de turismo, laboratorio de diseño), ferias, entre otros.

La comercialización de las artesanías en el municipio de Pasto, en gran parte está determinada por la llegada de turistas, así como todas aquellas acciones que incentiven la cadena del turismo y el Carnaval de Negros y Blancos.

Hospedaje.

Como se dice, el Turismo es "*Camino y Posada*"²⁷, por tal razón, no existe sin el transporte y tampoco sin alojamiento. De aquí que la hotelería sea fundamental en los núcleos receptores de turistas. La hotelería mide la intensidad turística de una región, las corrientes turísticas no podrán permanecer por mucho tiempo en un lugar determinando si este no cuenta con servicios de hospedaje o alojamiento requeridos.

Los servicios de hospedaje son los generadores de la mayor cantidad de empleos directos en el municipio de Pasto, gran parte de la oferta de alojamiento está concentrada en la ciudad de San Juan de Pasto debido a que es el lugar donde se agrupa un número significativo de sitios de hospedaje clasificados dentro de las siguientes denominaciones: hoteles, aparta hoteles, residencias, hostales, moteles, entre otros.

²⁷ Luis Fernández Fuster. Teoría y técnica del Turismo. Tomo II. Cuarta Edición. Editorial Nacional San Agustín. Pág. 11

A nivel de todo el municipio, son pocos los hoteles que presentan un servicio de calidad, la mayoría de los corregimientos no ofrecen un servicio calificado, solo en la ciudad de Pasto y en el corregimiento del Encano se encuentra una oferta hotelera que puede calificarse como buena para la demanda turística.

Tabla N° 26. Establecimientos de alojamiento y hospedaje.

PRINCIPALES MUNICIPIOS	CANTIDAD	%
Pasto	173	67.84
Ipiales	51	20
Tumaco	31	12.15
Total	255	100

Fuente: Registro Nacional de Turismo. Marzo 2012

Analizando los establecimientos de alojamiento y hospedaje en Nariño que incluye hoteles, hostales, posadas y residencias, se tiene que el municipio de Pasto es el más representativo dentro de las empresas prestadoras del servicio con 173 establecimientos.

Tabla N° 27. Hoteles. Ciudad de Pasto.

N°	NOMBRE HOTEL	N°	NOMBRE HOTEL	N°	NOMBRE HOTEL
1	ACAPULCO PLAZAS ANDRADE	58	EXITO PLAZA	116	NUEVO HORIZONTE
2	AGUALONGO	59	FANTASIA	117	OMEGA
3	AICA	60	FERNANDO PLAZA	118	ORIENTAL PASTO
4	ALEJANDRA PASTO N	61	FRONTERAS	119	ORO VERDE
5	AMERICANA	62	GALERAS	120	ORO"S
6	ANDINO LA 16	63	GALERAS STAR	121	PALERMO SUITE
7	APARTA HOTEL JOSE VICENTE	64	GALERIAS	122	PANAMERICANO DEL SUR
8	ARISTON	65	GAVIOTAS NARIÑO	123	PANORAMA CENTER
9	ATAHUALPA	66	GRAN TERMINAL	124	PAOLA
10	ATENAS	67	GRECIA	125	PARAISO DEL SUR
11	AURA MARIA	68	HILTON PASTO	126	PASTO PLAZA
12	AZUL CELESTE	69	HOTEL DEL LLANO PASTO	127	PREMIER
13	BAHAMAS	70	HOTEL DEL PARQUE BOLIVAR DE PASTO	128	PUNTO BLANCO
14	BAHIA STAR	71	HOTEL RESTAURANTE SAWIN	129	REAL CONFORT
15	BALCON DE LUNA NARIÑO	72	IDEAL CLASS	130	RECUERDO REAL
16	BELLAVISTA CENTRO	73	ILUSIONES DE PASTO	131	REY AMERICAN

17	BELLO SOL	74	IMPERIAL PASTO	132	REY DEL SUR
18	BERLIN	75	INTY CHAYA	133	RIO MAYO
19	BOLIVAR PLAZA PASTO	76	JORDAN	134	ROYAL CENTER PASTO
20	BOLIVAR SENDOYA	77	JUAN SEBASTIAN HOTEL	135	ROYAL PLAZA C Y C
21	BOUTIQUE CASA LOPEZ	78	JUANAMBU	136	SAN AGUSTIN HOTEL DEL PASAJE
22	BUENAVENTURA	79	KALIDAD	137	SAN GABRIEL
23	BULEVAR	80	KISS	138	SAN MIGUEL
24	CALI	81	KOALA INN	139	SAN SEBASTIAN
25	CALIFORNIA PASTO	82	LA MAISON DEL' EJECUTIVO	140	SANTA ANA
26	CALIMA PASTO	83	LAS AVENIDAS	141	SANTA INES
27	CANCHALA	84	LAS BRISAS DEL SUR	142	SANYOWN
28	CAPITOLIO REAL	85	LAS VEGAS PASTO	143	SCALA PASTO
29	CAPRICHOS PASTO	86	LAS VIOLETAS	144	SELLO DORADO
30	CARNAVAL PLAZA	87	LIBANO CENTER	145	SENDOYA
31	CASA MADRIGAL HOTEL	88	LIBERTAD	146	SENEGAL HOTEL
32	CASA REAL	89	LIDER PASTO	147	SENSACION PASTO
33	CASTILLO REAL PASTO	90	LIDO	148	SHARON
34	CELESTE	91	LOFT HOTEL	149	SHILIMAKO PASTO
35	CHAMBU PLAZA	92	LOS ALPES CENTER	150	SINAI
36	CHILE	93	LOS ANDES GMC	151	SOHO
37	CIELO AZUL	94	LOS ANGELES START	152	SOL DE ORIENTE
38	CISNE AZUL WFR	95	LOS DOS AMIGOS	153	SUEÑO REAL DE PASTO
39	COLONIAL FATIMA	96	LOS PINOS	154	SUPER ESTRELLA
40	CONCORD	97	LUNA	155	SUPER STAR
41	CONTINENTAL DEL SUR	98	LUXOR CONFORT	156	SUR ANDINO
42	CRISTAL PASTO	99	LUZ DE LUNA	157	TERRA NOVA
43	CUELLAR'S	100	MADRID PLAZA	158	TITANIC
44	DALMACIA	101	MANHATAN PASTO	159	TORRE DEL BOSQUE
45	DE LAS AMERICAS PASTO	102	MAR AZUL START	160	TORRE IDEAL
46	DIANA PASTO	103	MAR DOL	161	VALLE DE ATRIZ
47	DINASTIA LEAL	104	MARCELLA	162	VEGA
48	DINO	105	MARIA BELEN	163	VENECIA
49	DON JHON	106	MAYASQUER	164	VERSALLES
50	DON SAUL	107	MELO SUR	165	VILLANAR HOTEL
51	DORAL PLAZA	108	METROPOL - PASTO	166	VILLAS DEL RIO
52	EL DORADO PASTO	109	MIRAMAR PASTO	167	VYMAR
53	EL GRAN EDEN	110	MONACO SUR	168	YOPAL

54	EL OASIS STAR	111	MONSERRAT CENTER	169	YURY
55	EL PRADO PASTO	112	MONTE BELLO	170	ZARACAY PLAZA
56	EL SOL	113	MORASURCO	171	ZOROCAN
57	EL VIAJERO	114	NAPOLES SUR	172	PORTAL DEL PACIFICO
		115	NOGAL SUITE	173	LOS ANDES PLAZA

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR

La información disponible ratifica que son numerosos los prestadores de servicios formalizados, sin embargo, existen también los que no están formalizados debido a múltiples factores como: desconocimiento, no es requisito legal, implica costos, falta de interés, entre otros. A su vez, los hoteles mantienen alta ocupación durante todo el año, por cuanto Nariño por ser zona de frontera recibe una gran cantidad de visitantes extranjeros. Una situación parecida se presenta en lo relacionado con el sector de restaurantes y similares.

Tabla Nº 28. Cámara de Comercio de Pasto. Municipio de Pasto. Número total de Establecimientos de comercio. Comparativo Primer Semestre 2013-2012.

Actividad Económica	Municipio		Variación semestral	
	2013	2012	Absoluta	%
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	79	53	26	49,06%
Explotación de Minas y Canteras	15	21	-6	-28,60%
Industria Manufacturera	1016	796	220	27,60%
Suministro de Electricidad, Gas, vapor y aire acondicionado	18	144	-126	-88,00%
Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento	22	22	0	0,00%
Construcción	157	151	6	3,97%
Comercio y Reparación de vehículos	5951	5522	429	7,80%
Transporte y Almacenamiento	329	315	14	4,40%
Alojamiento y servicios de comida	1120	1085	35	3,20%
Información y comunicaciones	360	176	184	104,50%
Actividades financieras y de seguros	179	230	-51	-22,20%
Actividades inmobiliarias y de alquiler	58	58	0	0,00%
Actividades profesionales y científicas	308	294	14	4,80%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	351	354	-3	-0,80%
Administración Pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	32	60	-28	-46,70%
Educación	124	77	47	61,00%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	257	226	31	13,70%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	204	165	39	23,60%
Otras actividades de servicios	480	416	64	15,00%
Total	11060	10165	895	9,00%

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto. Base de establecimientos de comercio de Registro Mercantil.

Realizando el análisis comparativo del período primer semestre 2013–2012 para el Municipio de Pasto se observa que la actividad económica de alojamiento junto con los servicios de comida para los dos años, cuenta con un número importante de

establecimientos después de las actividades de comercio y reparación de vehículos, de igual forma presenta con comportamiento positivo pasando de 1.085 en el año 2012 a 1.120 establecimientos de comercio en el año 2013 lo que representa una variación porcentual de 3,2%.

Ocupación hotelera

El desarrollo de la industria turística en el municipio de Pasto ha tenido un proceso lento, sin embargo, frente a años pasados hoy en día el progreso conseguido es significativo. La ocupación hotelera del municipio es un índice que permite tener un acercamiento al número de turistas que entran anualmente al municipio de Pasto.

Tabla N° 29. Porcentaje de Ocupación Hoteles asociados COTELCO.

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

Fuente: DATOS COTELCO

Analizando estas cifras de COTELCO se puede ver que el índice de ocupación hotelera de Pasto para el periodo de tiempo 2001-2006 presenta un comportamiento favorable o más o menos constante, el crecimiento observado es moderado pasando de un 36,1% en el año 2001 a un 45.1% en el año 2006; cabe destacar que la información anterior esta desactualizada debido a que esta institución no entrega información a particulares que no estén asociados, también es importante resaltar que la información obtenida no es significativa ya que las cifras solo revelan la actividad de los 8 hoteles asociados en el municipio de Pasto en años pasados. Los datos presentados no sirven de base importante para el presente estudio ya que están muy rezagados y limitados, sin embargo son los únicos encontrados en este aspecto.

Para el caso del año 2014 la información encontrada es parcial ya que corresponde solo a la temporada de carnavales, el índice de ocupación hotelera de los primeros días del mes de enero según la policita de Turismo municipal fue del 88,9%, un porcentaje alto que da cuenta de una mayor entrada de turistas a la ciudad y del progreso del municipio en el campo turístico durante estas fechas.

Tiempo de estadía

Tabla N° 30. Lugar de alojamiento y promedio de pernoctación.

Ciudades	Promedio ciudad	Segunda Vivienda	Hotel /Aparta-hotel	Zona de Camping	Centro vacacional	Vivienda familiares	Vivienda en alquiler
Total 13 ciudades	4,4	4,7	3,1	3,8	2,3	4,8	4,1
MEDELLIN	5,4	4,3	3,1	2,1	2,5	3,4	3,7
BARRANQUILLA	5,1	2,7	2,9	4,0	2,6	5,1	2,0
BOGOTA	5,0	5,2	3,0	7,2	2,4	5,5	5,0
CARTAGENA	4,9	9,4	3,3	5,5	4,0
MANIZALES	4,7	4,4	2,3	2,3	2,6	4,2	3,3
MONTERIA	4,6	10,3	2,6	7,0	8,0	5,2	1,7
VILLAVICENCIO	4,4	6,2	3,4	3,1	5,2	4,8	1,0
PASTO	4,2	2,7	2,5	1,9	2,0	4,5	5,2
CUCUTA	3,9	4,6	3,1	3,5	1,8	6,4	2,5
PEREIRA	3,9	2,1	3,1	1,4	2,3	3,6	5,2
BUCARAMANGA	3,5	6,4	3,5	3,0	3,0	5,3	8,0
IBAGUE	3,4	6,0	2,7	1,8	1,4	4,7	4,1
CALI	3,4	2,3	3,7	1,6	2,0	3,6	2,2

Fuente: DANE

Según la Encuesta de Gasto en Turismo Interno EGIT 2012-2013, los viajes que tienen a Pasto como ciudad de origen duran en promedio 4,2 días. Como se observa en la tabla anterior los viajes a viviendas en alquiler y viviendas de familiares tienen un promedio de pernoctación de 5,2 y 4,5 respectivamente, un valor que supera el promedio de la ciudad, por su parte, los viajes con alojamiento en hoteles, segunda vivienda, zona de camping y centro vacacional en que se tiene que pagar un precio de mercado, tienen una duración inferior al promedio de la ciudad.

Asociaciones Hoteleras

La industria hotelera no solo aparece de forma aislada sino que también forma grandes cadenas constituidas por empresas que poseen varios hoteles en distintos lugares, estas agrupaciones buscan obtener una ayuda mutua que eleve los beneficios de los miembros.

La Asociación Hotelera más reconocida en el municipio de Pasto es COTELCO, entidad sin ánimo de lucro, creada en el año 1954, con el objetivo de fortalecer y agrupar los establecimientos que se ocupan de la industria hotelera. El gremio no solo forma parte sino que está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a sus hoteles afiliados.

La Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Capítulo Nariño), tiene como misión agremiar y representar a los empresarios de la industria hotelera en el Departamento de Nariño, propiciando una unificación de esfuerzos que permitan aumentar su nivel de competitividad y promuevan el desarrollo sostenible del sector turístico. Para lograrlo, COTELCO gestiona y ofrece oportunidades de capacitación y entrenamiento a todo el

talento humano que presta servicios turísticos en la región para así lograr el desarrollo de competencias empresariales en todas las áreas de tal forma que se impulse la competitividad del sector.

Remontándonos a la historia de la asociación tenemos que *“Un grupo de connotados empresarios de la industria de la hospitalidad en el Departamento de Nariño siguiendo la tendencia nacional de la asociatividad con miras al fortalecimiento de la hotelería y el posicionamiento de destino comercial y turístico surgido en Colombia desde el año 1954 con la conformación de COTELCO, deciden constituirse a partir del año 1984 en la Asociación Hotelera de Colombia COTELCO Capítulo Nariño, entidad a quien la Gobernación de Nariño reconoció su Personería Jurídica en septiembre de 1989”*²⁸. Desde entonces esta asociación representa y es el soporte principal de la actividad turística de la región y especialmente del municipio de Pasto donde se concentra el mayor número de hoteles afiliados. La calidad de sus servicios es sobresaliente en materia de realización de eventos políticos, sociales, culturales, deportivos, académicos y gremiales del orden local, regional, nacional e internacional.

Hoteles afiliados:

- Pasto: Hotel Agualongo, hotel Cuéllar 's, hotel Don Saúl, hotel el Dorado, hotel Fernando Plaza, Loft Hotel, hotel Palermo Suite.
- Tumaco: Hotel los Corales
- Ipiales: Hotel los Andes, hotel Torre de Cristal.

Restaurantes-Alimentación.

El desarrollo de esta actividad tiene un marcado peso sobre la economía del municipio de Pasto al igual que los hoteles.

Los servicios de comida dentro de la actividad turística son de mucha importancia, un lugar con mucha afluencia turística debe ofrecer gran variedad de sitios para todos los gustos y presupuestos, esta característica está presente en el municipio ya que existe un número significativo de restaurantes o establecimientos de comida que ofrecen un servicio de calidad. Sin embargo, determinar el peso del turismo sobre esta actividad es de gran dificultad puesto que un restaurante atiende todo tipo de clientes sean no turistas.

El número de establecimientos dedicados a ofrecer servicios de alimentación se contabilizan junto con los establecimientos de alojamiento como se observa en la Tabla N°28. En la cual, se evidencia un comportamiento favorable para las dos actividades ya que cuentan con un número importante de establecimientos después de las actividades de comercio y reparación de vehículos.

Se considera restaurantes turísticos aquellos que se encuentran muy cercanos a un atractivo turístico de gran importancia en la zona de referencia ya que debido a su ubicación es posible que reciban en su mayoría clientes que sean visitantes del lugar.

²⁸ COTELCO - Asociación Hotelera y Turística de Colombia - Capítulo Nariño.
<http://www.cotelconarino.org/historia.html>

No se consideran bares y restaurantes de interés turístico los siguientes: cafeterías, heladerías, fruterías, pastelerías, panaderías, tiendas de barrio, billares, establecimientos que elaboran y suministran alimentación a empresas, colegios, universidades, etc.

Agencias de turismo.

Las agencias son parte importante del turismo, su papel se centra en la venta y promoción de paquetes turísticos de alcance internacional o solamente nacional e incluso regional o local; surgen como mediadoras entre una demanda de clientes y una oferta de transportes, alimentación, alojamientos y paisajes turísticos (entendidos estos últimos como toda la suma de los atractivos que puede ofrecer un núcleo receptor).

En el municipio de Pasto existe buen número de agencias de viaje, las cuales generan un alto nivel de competencia entre sí, existe lucha de los servicios que se ofrecen, pluralidad de soluciones y de tratamientos para cada viaje, pero sobre todo, existe una lucha constante por la captación de un mayor número de turistas. Estas Agencias, aún no están lo suficientemente coordinadas para ofertar los planes turísticos como gremio en ferias internacionales o nacionales, hasta el momento, la participación es individual y no existe un nivel de asociatividad que incremente y fortalezca la oferta turística del municipio de Pasto, uno de los grandes problemas que enfrentan es la presencia de pocos guías con una preparación adecuada para atender clientes exigentes y ofrecer servicios de excelente calidad.

Pasto es el principal receptor en la región, en términos de programar y planear viajes y turismo, tanto hacia el interior del departamento como hacia el exterior del mismo. En la capital existen 26 agencias de viajes y turismo que cada día se proyectan de mejor manera a un turismo receptivo, tanto para la ciudad como para el resto de la región.

Tabla N° 31. Agencias de Viajes. Municipio de Pasto.

N°	NOMBRE	NIT	DIRECCION	BARRIO
1	AGENCIA DE VIAJES CIELO Y TIERRA	98380865-1	CALLE 21A NO 30 14 BARRIO LAS CUADRAS	LAS CUADRAS
2	AGENCIA DE VIAJES PROTURNA PROMOCION TURISTICA DE NARIÑO	12964522-3	CALLE 18A NO 25-22 PASAJE CORAZON DE JESUS	CENTRO
3	AGENCIA DE VIAJES TOURMUNDO LTDA	900006415-5	CARRERA 29 No 19-45 LOCAL 3	CENTRO
4	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO GUALCALA LIMITADA	814005735-0	CARRERA 27 No 17-75	CENTRO
5	AMERICAN TOUR S SAN JUAN DE PASTO	87101201-4	CALLE 16 NO. 22A40 LOCAL 208	CENTRO
6	AVENTURATE POR NARIÑO	87574127-6	CALLE 13 N° 41-10	VILLAS SAN RAFAEL
7	AVIATUR	8600000182	CARRERA 26 N° 19-79	CENTRO
8	CAMINO DEL VIENTO TURISMO ECOLOGICO	30716484-4	MANZANA 40 CASA 27	VILLA FLOR 2
9	CIA AGENCIA DE VIAJES LA GUANENA LTDA	814001530-1	CARRERA 23 No.18-49 CENTRO	CENTRO
10	CONFAMILIAR DE NARIÑO	891280008	CALLE 18 N° 25-15	CENTRO
11	CONQUISTAR AGENCIA PROMOTORA DE TURISMO Y EVENTOS	59820823-8	CALLE 16 NO. 34-77	SAN IGNACIO
12	ELITURS Y CIA LTDA.	814002547-9	CALLE 18 N° 27-74	CENTRO
13	EUNICE TRAVEL	30729370	-CARRERA 34B NO. 14- 45 BARRIO SAN IGNACIO	SAN IGNACIO
14	OPEN CITY TURISMO CULTURAL	13070947-6	CALLE 21 No 31C-36	LAS CUADRAS
15	PASTO TOUR	79633850-8	CALLE 17 N 28-61 COMERCIAL SANTAFE OFICINA 307	CENTRO
16	PRONATURS PROMOTORA NARIÑENSE DE TURISMO Y EVENTOS	12986113	CALLE 5 NO. 36 - 60 SAN VICENTE	SAN VICENTE
17	REPRESENTACIONES TURISTICAS AGUALONGO LTDA	891224469-5	CALLE 17 NO 25-81	CENTRO
18	REPRESENTACIONES TURISTICAS INTERNACIONALES ISOLINA RTII	1020723388-9	CALLE 19 No. 24-52 PISO 4	CENTRO
19	TURISMO ANDINO LTDA. AGENCIA DE VIAJES	800213040-1	EDIFICIO CAMARA DE COMERCIO LOCAL 4	CENTRO
20	TURISUR LTDA	891200482-8	CALLE 17 N° 26-52	CENTRO
21	VENECIA TOURS EU	814000303-1	CALLE 18 NO 26 47	CENTRO

22	VIAJAR & VOLAR LTDA	814000842-8	CARRERA 26 No.15-12	CENTRO
23	VIAJES FAJARDO TOURS L ALIANXA LTDA	800055869-1	CENTRO COMERCIAL GALERIAS LOCAL. 221	CENTRO
24	VIAJES PASTO LTDA	891200479-5	CALLE 17 No. 25 - 27 CENTRO	CENTRO
25	VIAJES Y TURISMO DE NARINO LTDA	891201112-2	CARRERA 25 NO. 17 - 49 OFICINA 102	CENTRO
26	WALKT TOUR	98399212-4	CALLE 17 NO. 24 - 80 CENTRO COMERCIAL SANTAFE	CENTRO

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR

Sistemas de transporte

El tema de los transportes en el ámbito turístico es de suma importancia, determina la oferta de medios de transporte con la que cuenta una región dispuesta a atender a la demanda de los turistas la cual viene determinada por sus preferencias (tiempo, seguridad y confortabilidad) y capacidad de pago; normalmente cada persona elige para cada viaje un medio de transporte que se acomoda a las circunstancias del momento.

El sistema de transporte de pasajeros en el municipio se califica como malo o regular debido al mal estado de la infraestructura vial, de esta forma, a pesar de que todos lo corregimientos y el municipio en general cuenta con prestadores del servicio, muchas de ellos, no califican para brindar un excelente servicio a los turistas o visitantes.

Los medios de comunicación del municipio son: Terrestre y Aéreo.

Transporte Terrestre

El medio de transporte más utilizado en el municipio de Pasto es el Terrestre, sin embargo, las empresas de transporte terrestre son pocas y sigue siendo muy reducido el servicio formalizado, individual o en grupo, para hacer turismo en vehículos automotores de alquiler.

En los últimos 10 años se ha dado un incremento desmesurado del parque automotor en Pasto, con un incremento aproximado del 250%, en tanto que la oferta vial, es decir la apertura de nuevas vías a estado por debajo del 10%, en el siguiente cuadro se observa el parque automotor que a la fecha se registra en el organismo de tránsito de Pasto.

Tabla N° 32. Parque Automotor 2012.

Concepto	Total	%Participación
Taxi	3.016	2,81%
Buses	503	0,47%
Público – Otros 5,56%	5.969	5,56%
Particulares 26,01%	27.904	26,01%
Motos	67.114	62,57%
Otros	2.756	2,57%
Total	107.262	100.00%

Fuente: Secretaría de Tránsito.

El Terminal Terrestre de Transportes de Pasto S.A. se encuentra localizado en la carrera 6 No. 16D - 50 Barrio Potrerillo de la ciudad de Pasto, el servicio de transporte público se presta a nivel urbano, intermunicipal e interveredal; con vehículos de todo tipo: bus, aerovan, microbus, taxi, campero, entre otros. Se aprovecha el transporte de empresas como:

- Tipo bus y aerovan: cubren rutas intermunicipales y locales; entre otras se distinguen las siguientes empresas: Empresas de Transportes Rutas del Sur, Expreso Bolivariano, Transipiales, Cooperativa Supertaxis del Sur, Cootransguachucal Ltda, Cootransmayo, Cootransgualmatan, Cootranar Ltda, Tax Belalcázar, Transportadores Nuevo Milenio, Edgar Gerardo Parra Venegas, Flota Guitara S.A. Flota Magdalena, S.A. Galena, Rápido Humadea, S.A, Coomotoristas Cauca, Transportes Servicio de Transportes Especiales, S.A, Sandoná, S.A.
- Tipo taxi: Se convierte en un medio colectivo de transporte intermunicipal y local, el municipio de Pasto, específicamente la ciudad de San Juan de Pasto, tiene un tipo de servicios de taxi para el público en general, las tarifas están predefinidas por sector y no utilizan taxímetro. Estos vehículos son de color amarillo y pueden circular en todo el departamento, hay servicio de taxi con vehículos nuevos y bien acondicionados y también los hay en mal estado, el costo de un viaje dentro de la ciudad oscila entre los 3500 y 5000 pesos, el servicio puede solicitarse a domicilio o tomarlo en las avenidas y calles. Se encuentran afiliados a varias empresas o agencias de taxis dentro del municipio: ASOINTAX (aeropuerto), Coonartax, Cootaxlujo, Radiotaxi Ciudad de Pasto.
- SETP: es el Sistema Estratégico De Transporte Público Pasajeros para la ciudad de Pasto, surge como respuesta a la necesidad de establecer un sistema que estructure el ordenamiento de la ciudad y permita desarrollar una movilidad adecuada para la misma. Cuenta con buses adecuados para la prestación del servicio a nivel del municipio cubriendo 8 rutas estratégicas y 16 complementarias, el valor del servicio es de 1200 pesos.

Transporte Aéreo

- Aéreo: Los servicios de transporte aéreo más utilizados para la entrada y salida del municipio de Pasto lo ofrece el Terminal aéreo Antonio Nariño, se encuentra en el Municipio de Chachagüi, a 29 kms de San Juan de Pasto, está en buenas condiciones, los espacios son buenos y cómodos para los usuarios, recientemente está prestando el servicio en horario nocturno. Las principales empresas de transporte aéreo son: AVIANCA, AIRES, SATENA.

Tabla N° 33. Nariño. Estadísticas de pasajeros transportados en Aeropuertos. 2011–2012.

AEROPUERTOS	2011	2012
Antonio Nariño	118.241	47.502 (Acumulado mayo)
San Luis - Ipiales	3.258	1.151 (Acumulado abril)
La Florida - Tumaco	30.206	9.920 (Acumulado abril)

Fuente: Oficina de Turismo y Aero civil.

SECTORES DE APOYO AL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO.

Infraestructura.

- Carreteras.

La principal infraestructura vial se soporta en la vía Panamericana que une a la región con el norte del país y al sur con la República del Ecuador. Existen vías secundarias intermunicipales y terciarias corregéntales.

No se cuenta con una buena infraestructura regional, urbana y rural que genere espacios adecuados para la movilidad y transitabilidad. Los pueblos circundantes en los 17 corregimientos, no cuentan con una infraestructura vial y de equipamiento público competitivo, que les permita atraer el turismo, competir con sus productos agrícolas y que facilite al visitante seguridad en esos sitios de encuentro.

Las dificultades en la transitabilidad por la red vial del generan aumento en los tiempos de viaje de los usuarios, aumento en los costos de operación vehicular, incremento en la accidentalidad, incomodidad de tránsito de los usuarios, deterioro de la imagen del sector, barrio o corregimiento, depreciación de las propiedades y en general, disminución en el nivel de vida de sus habitantes.

Según la Secretaría de infraestructura municipal, en la malla vial urbana existente hay aproximadamente 220 kilómetros de vías que presentan deterioro en su estructura y en especial en su capa de rodadura las cuales necesitan ser intervenidas para alcanzar un buen nivel de servicio. La red urbana sin pavimentar es de aproximadamente de 155 km, cuyo costo por kilómetro puede superar los \$1.000 millones.

- Aeropuertos

El departamento de Nariño cuenta con 3 aeropuertos: El Aeropuerto Antonio Nariño, por su ubicación geográfica y condiciones climáticas, opera de manera muy irregular. Los de

Ipiales y Tumaco requieren la ampliación de las pistas para mejorar su capacidad operativa.

El puerto de Tumaco prácticamente permanece inactivo y la comunicación con Pasto se ve interrumpida frecuentemente por causas naturales o por problemas de orden público.

- **Servicios básicos**

- Abastecimiento de agua y saneamiento: La cobertura de acueducto y alcantarillado en el área urbana, a cargo de EMPOPASTO S.A E.S.P, es del 95.7%. El agua se trata en tres plantas: Planta Centenario con una capacidad de 1.000 lts/seg, se abastece de Rio Pasto en un 98%, la Quebrada Lope en un 2% y el sistema de Rio Bobo. La Planta Mijitayo con una capacidad de 210 lts/seg, se abastece de la Quebrada Mijitayo en un 60%, Quebrada Miraflores 40% y el sistema de Rio Bobo. Planta San Felipe con una capacidad de 50 lts/seg, se abastece de la Quebrada Mijitayo. Embalse Rio Bobo con una capacidad de 6 millones de metros cúbicos y una capacidad de bombeo de 616 lts/seg.

Respecto a la población de las zonas rurales, esta se autoabastece de rudimentarios sistemas operados por la misma comunidad, cuyos desagües están conectados al alcantarillado de EMPOPASTO. En la zona rural, cuya prestación de servicios está a cargo de organizaciones comunales, los sistemas de abasto de agua cubren el 75% de la población, aunque sólo 30% recibe agua desinfectada, en tanto que la cobertura de alcantarillado es de 35%. Es importante resaltar que la baja cobertura de estos servicios en el sector rural, causa problemas importantes de salud, disminuyendo la productividad y disponibilidad del recurso humano para atender sus labores y necesidades productivas, educativas, culturales, entre otras.

- En materia de aseo, la cobertura de este servicio para el área urbana es del 100%, que incluye además el servicio de barrido de espacios públicos. La deficiencia se presenta en el sector rural, donde la cobertura es del 45% (8 corregimientos) sin incluir barrido, generándose contaminación en las fuentes hídricas y del aire por su incorrecta disposición final.
- En materia de alumbrado público y electrificación: Respecto al primer servicio, su cobertura en el sector urbano es del 70%, en tanto que para el área rural esta cifra se ubica en el 60%. Se requiere avanzar en la modernización y reposición en tecnologías obsoletas, con el objeto de adoptar tecnologías que promuevan el uso racional de energía. En materia del servicio de energía eléctrica, la cobertura municipal estimada se encuentra por encima del 95% en promedio, siendo necesario desarrollar acciones permanentes de expansión, mantenimiento y mejoramiento de redes de energía sobre todo en el sector rural.

Tecnología y telecomunicaciones.

En un mundo cada vez más globalizado, surge la necesidad de incorporar tecnologías que permitan, de una parte un flujo de información confiable y dinámica y de otra, mejorar la operación interna de las empresas, conllevando a la interrelación entre prestadores de

servicios turísticos. La industria turística, se dinamiza de manera eficaz en la medida en que los procesos de comunicación presentan nuevos e innovadores productos y/o servicios tanto para agentes como para turistas, a la vez que responde a los continuos cambios de una demanda cada vez más exigente.

En el plan de desarrollo turístico para el departamento de Nariño, se establece que los prestadores de servicios turísticos (que en su mayoría se encuentran ubicados en el municipio de Pasto) carecen de estas importantes herramientas que les permita dar a conocer sus productos y servicios.

Los establecimientos hoteleros y restaurantes en un 90% son primarios; no cuentan con servicio de internet; la tecnología está limitada al servicio de un teléfono local y minutos a celular; en la mayoría de hoteles las reservas se manejan a través de un cuaderno de notas y no está sistematizado el registro de huéspedes por ende el control de la llegada de huéspedes se limita a los pasajeros de cada día y no existe un pronóstico de ocupación en los alojamientos del municipio.

Algunas de las empresas prestadoras de los servicios turísticos, no cuentan con software y hardware para el manejo de toda su información financiera, contable, de costos, nómina etcétera.

Parque Tecnológico de Software- ParqueSoft Pasto, tiene alrededor de 8 años de experiencia en el sector tecnológico y trabaja con un equipo interdisciplinario, altamente capacitado, ParqueSoft se ha consolidado en uno de los principales proveedores de soluciones, productos y servicios en tecnologías de la información para la región. ParqueSoft tiene por objetivo el desarrollo de la industria del conocimiento mediante el fomento de un modelo asociativo para empresas de base tecnológica y de conocimiento, promueve la incubación de empresas desarrolladoras de software, informática, tercerización de servicios por mecanismos remotos – BPO&O, arte digital, industrias culturales, soluciones telemáticas, electrónicas y de telecomunicaciones, así como la prestación de servicios profesionales y afines.

El municipio de Pasto, cuenta con acceso a telefonía fija y móvil, que permite realizar llamadas nacionales e internacionales, internet ofrecido por varios proveedores con sistemas de servicio para residencias y establecimientos de comercio, tiene un importante periódico de circulación municipal que es el Diario del Sur, canales de televisión local, acceso a canales nacionales e internacionales, emisoras de radio locales y nacionales, compañías telefónicas y de celulares. La cobertura de estos servicios se da a nivel municipal, sin embargo, es la zona urbana la que tiene mayor acceso a ellos.

Organizaciones de apoyo.

- **Secretaría de desarrollo Económico y Competitividad - Subsecretaría de Turismo:** esta dependencia de la alcaldía municipal tiene por objetivo desarrollar proyectos en pro del mejoramiento de la empleabilidad y el emprendimiento regional; uno de esos proyectos se encamina hacia la planificación y gestión pública del turismo en el Municipio de Pasto.

La subsecretaría de turismo con el programa “Pasto Turístico”, se basa en la identificación de los recursos naturales, y de valor patrimonial para lograr el reconocimiento de importantes riquezas regionales. Trata de configurar atractivos dignos de resaltar y promocionar dentro del municipio, destacando los rasgos distintivos como sus riquezas ambientales, culturales, históricas, convirtiéndolas en fuentes ingreso y orgullo local.

- **Oficina de turismo:** Como entidad adscrita a la gobernación de Nariño tiene como misión dinamizar el turismo del departamento a través de la unión de esfuerzos, difundiendo la identidad cultural y motivando a conocer este destino con el fin de fortalecer la economía, garantizar la sustentabilidad y mejorar la calidad de vida de la región. Dentro de sus objetivos se encuentra a nivel general el fortalecimiento de la competitividad y sustentabilidad de los productos turísticos nariñenses con lo que se pueda dinamizar el sector desde la perspectiva regional.
- **Policía de turismo:** Es un cuerpo especializado de la Policía Nacional, encargado de brindar orientación e información a los turistas, de promover y rescatar valores, tradiciones, sentido de pertenencia y respeto por el patrimonio cultural del país. Su misión es brindar un servicio especializado en información y orientación al turista nacional y extranjero, generando una cobertura turística que permita a la vez satisfacer las necesidades de seguridad.
Son funciones de la policía de turismo. La policía de turismo tendrá las siguientes funciones:
 1. Adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que, a juicio del Ministerio de Desarrollo Económico y de la Policía Nacional merezcan una vigilancia especial.
 2. Atender labores de información turística.
 3. Orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten.
 4. Apoyar las investigaciones que se requieran por parte del Ministerio de Desarrollo Económico.
 5. Las demás que le asignen los reglamentos.
- **Proexport Colombia:** Los ejes principales en los que centra su trabajo son: La promoción de las exportaciones no tradicionales en mercados con potencial, la atracción de inversión extranjera directa en Colombia y el posicionamiento del país como destino turístico de talla mundial. PROEXPORT, promociona productos turísticos nariñenses como: Carnaval de Negros y Blancos, Pasto, la Cocha y Santuario de las Lajas, Ruta de la Fe, entre otros y apoya la participación de Nariño en ferias, como: La Fite en, Guayaquil (Ecuador).
- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit):** Su misión es apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, lo cual permitirá consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales, cuidando la adecuada competencia en el mercado local, en beneficio de los consumidores y los turistas, contribuyendo a mejorar el posicionamiento internacional de Colombia en el mundo y la calidad de vida de los colombianos . dentro de sus

principales objetivos está hacer de Colombia un Destino Turístico de Clase Mundial mediante el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la competitividad regional. El Ministerio de Comercio Industria y turismo cuenta con una información que permite que el turista tenga un amplio conocimiento de las diferentes rutas y destinos que tiene Colombia, al cual pueden acceder visitantes de todo el mundo, entre ellas se encuentran las siguientes: Rutas Vive Colombia, Guías turísticas, Colombia Travel, Turismo Responsable, Seguridad Turística, Posadas Turísticas, Protección al Turista, Guías de Buenas Prácticas en Ecoturismo.

- **COTELCO** por su parte, tiene como misión lograr que los empresarios de la industria hotelera en el Departamento de Nariño, unan sus esfuerzos y contribuyan a la competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico. Para ello tienen como objetivo lograr que Nariño y su capital sea un apetecido destino comercial y turístico mediante la participación en ferias y eventos académicos locales, nacionales e internacionales que permitan mayor difusión del potencial hotelero, comercial y turístico del departamento de Nariño.
Para lograr sus objetivos COTELCO gestiona y ofrece oportunidades de capacitación y entrenamiento dirigido a todo el talento humano que presta servicios turísticos en la región para el desarrollo de competencias empresariales en todas las áreas de tal manera que se alcance mayor competitividad del sector.

7. INICIATIVAS ADOPTADAS PARA MEJORAR LA SITUACION DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

- Encadenamientos productivos.

Dentro del plan regional de competitividad de Nariño, se han identificado y priorizado unas apuestas productivas encaminadas a fortalecer su desarrollo y la generación de empleo en el municipio de Pasto superando así el rezago en la inversión en obras y de servicios.

El objetivo principal es lograr que tanto la región como el municipio tengan una mayor presencia en los mercados de otras regiones del país superando el atraso productivo y competitivo en el que se encuentra. Estos encadenamientos de alguna forma se traducen respuestas importantes que intentan mitigar los altos índices de pobreza, desempleo y malestar generalizado que se siente en toda la sociedad nariñense. Los encadenamientos productivos que están contempladas en el plan regional de competitividad del departamento son: El cuy, la papa, láctea, pesca, forestal, hortofrutícola, turismo y cultura, y artesanías.

Con la cadena del Turismo se pretende: *“convertir a Pasto y al departamento en un centro turístico nacional e internacional con atractivos culturales y de biodiversidad, aprovechando las ventajas comparativas ofrecidas por su posición geográfica, los escenarios naturales y los atractivos turísticos únicos en Colombia como el Carnaval de Negros y Blancos, la oferta de artesanías y los espacios naturales cercanos como el área natural protegida de gran diversidad ubicada en el corregimiento de El Encano (La Cocha)”*²⁹. Para ello, se han identificado proyectos ubicarían a la cadena del Turismo como uno de los escenarios de mayor generación de empleo para Pasto y los demás municipios del departamento.

En lo referente al carnaval de Negros y Blancos, se han formulado acciones para el desarrollo plena de esta importante expresión cultural de la región, con el fin de fortalecer el sistema cultural y las redes culturales mediante la creación de empresas que generen ingresos a partir de la dinámica cultural propia del departamento y el municipio de Pasto.

- Convenio de competitividad turística para el destino de servicios turísticos de Nariño.

Este convenio fue firmado en el año 2005 con el fin de promover el turismo en la región, se suscribió entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Gobernación del departamento de Nariño, la Alcaldía del municipio de San Juan de Pasto, la Cámara de Comercio de San Juan de Pasto y la Agencia de Desarrollo Local de Nariño. En él se identifican las acciones para el desarrollo de la cadena de turismo en el departamento de Nariño.

El objetivo del convenio es el fortalecimiento de los servicios turísticos, a través de una mayor integración de los eslabones de la cadena productiva del departamento, busca fortalecer la competitividad y sustentabilidad de los productos turísticos nariñenses,

²⁹ Diagnóstico socioeconómico y del mercado de trabajo. CEDRE. Pág. 52

mejorando las condiciones socio económicas de la región. La apuesta es convertir a Pasto y al departamento en un centro turístico nacional e internacional con atractivos culturales y de biodiversidad, aprovechando las ventajas comparativas ofrecidas por su posición geográfica, los escenarios naturales y los atractivos turísticos únicos en Colombia como el Carnaval de Negros y Blancos, la oferta de artesanías y los espacios naturales cercanos como el área natural protegida de gran diversidad ubicada en el corregimiento de El Encano (La Cocha).

- Plan estratégico departamental de ciencia, tecnología e innovación de Nariño

Este plan, es un esfuerzo conjunto de la Gobernación de Nariño, COLCIENCIAS y la Cámara de Comercio de Pasto realizado en los términos de la convocatoria 539 de 2011, orientada a conformar un banco de proyectos para apoyar la formulación de planes estratégicos departamentales de ciencia, tecnología e innovación.

Los objetivos de este plan frente al turismo son: Conocer y promocionar los productos turísticos alternativos en Nariño, impulsar la construcción de adecuada infraestructura turística para el desarrollo del turismo rural y del ecoturismo en Nariño, impulsar la inversión en las vías que conforman las rutas turísticas actuales y futuras de Nariño, gestionar una política pública que brinde seguridad a los ciudadanos y turistas en Nariño.

Para lo anterior se han establecido 2 estrategias:

1. lograr una Alianza estratégica grupos de investigación de las universidades – empresas del sector – municipios.
2. Impulsar una Alianza estratégica universidades – instituciones educativas- municipios.

- Plan regional de competitividad de Nariño 2010-2032

El objetivo del Plan Regional de Competitividad de Nariño, se convierte en una iniciativa para promover el desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de la región, con el compromiso y la concertación de los diferentes actores público privados. Es una herramienta de planificación, consulta, evaluación y retroalimentación constante, el cual será adoptado por todos los actores regionales y nacionales, público privados con el fin de alcanzar las metas propuestas y mejorar las condiciones de vida de la región.

En él se identifican las prioridades regionales en materia de productividad y competitividad, con las apuestas regionales priorizadas en los diferentes escenarios de análisis y concertación, su objetivo general es identificar concertadamente los espacios y campos de la producción de bienes y servicios en los que se enfocará el departamento de Nariño, para aumentar su productividad, competitividad y posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.

Dentro de los proyectos e Iniciativas priorizados se plantea el desarrollo y mejoramiento de la cadena productiva del turismo a través del fortalecimiento de los destinos y atractivos turísticos del departamento de Nariño

- Plan estratégico para el desarrollo turístico de Nariño

En el año 2004 se inició un programa de fortalecimiento del sector y, en este marco, se convocaron diversos actores del quehacer turístico de la región con el fin de que, conjuntamente, formularan las orientaciones que permitirían obtener un mejor aprovechamiento de las incontables riquezas naturales, culturales, geográficas y humanas y, de este modo, potenciar el entorno regional hacia el exterior. Por lo anterior, la Secretaría de Planeación Departamental invitó a los actores directos del sector turístico para construir concertadamente el plan turístico, con un enfoque estratégico soportado en una visión prospectiva, donde se identifican las líneas, las políticas, los programas y proyectos que se deberían implementar para lograr que en el año 2020 Nariño se constituya en un destino turístico con ventajas comparativas y competitivas.

Este plan tiene como misión dinamizar el turismo en el departamento de Nariño a través de la unión de esfuerzos, difundiendo la identidad cultural y motivando a conocer este destino, con el propósito de fortalecer la economía, garantizar la sustentabilidad y mejorar la calidad de vida de nuestra región. Su propuesta es lograr que Nariño sea un destino turístico, competitivo y diferenciado, con amplio reconocimiento nacional e internacional, adecuada infraestructura para nuestros visitantes, atendido por las personas más amables y cultas del país, con fuerte sentido de asociatividad de los actores y alto empoderamiento de la comunidad, ofreciendo siempre una mirada innovadora para vivir el turismo.

Las variables claves que hacen posible dinamizar el sector desde la perspectiva regional son: Asociatividad, formación en turismo, inversión, infraestructura, seguridad y promoción.

- Los planes departamentales frente al turismo. Programas de desarrollo regional de Nariño y Pasto.

En el actual programa de gobierno, Unidad por un Nariño Mejor, del gobernador Raúl Delgado Guerrero, se propone como uno de los ejes estratégicos el impulso a la industria, el turismo, la pequeña y mediana minería, la pesca y la artesanía, priorizando las cadenas productivas en procura de fortalecer el plan regional de competitividad.

- Plan de desarrollo 2012-2015, Pasto Transformación Productiva: Programa Pasto Turístico:

El turismo se inscribe en la línea estratégica productividad y competitividad urbana y rural del plan de desarrollo. Es uno de los factores estratégicos de desarrollo del municipio que busca avanzar en la consolidación de Pasto como alternativa turística de Colombia.

El Objetivo del programa es planear, implementar y evaluar las políticas, programas y proyectos para el fomento y desarrollo turístico del Municipio, mejorando los procesos, productos y servicios asociados a este sector, articulándose a los planes nacionales, departamentales y sectoriales existentes.

Los indicadores y metas planteados son: Construir posadas turísticas, implementar y operar iniciativas rurales comunitarias, implementar planes estratégicos enfocados a la información, promoción y posicionamiento del turismo, desarrollar proyectos de transformación productiva con relación al turismo, formar y organizar jóvenes en la actividad turística, identificar la oferta turística de los pueblos mágicos y promocionar fiestas patronales y tradicionales del municipio anualmente

8. DOFA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PASTO

FORTALEZAS

- Existencia y diversidad de lugares escénicos y paisajísticos, destinos y atractivos turísticos desde el punto de vista ambiental.
- Oferta ampliada y diversificada de turismo deportivo, cultural, científico, religioso, gastronómico, de compras, de aventura y de salud.
- Las ventajas comparativas: Posición geográfica y los escenarios. Atractivos turísticos únicos en Colombia: culturales (Carnaval de Blancos y Negros), área natural protegida de gran diversidad (La Cocha).
- Amplia oferta turística derivada de la posición geográfica.
- Se identifica alta presencia de Bienes de Interés Patrimonial en el centro histórico de la ciudad, los cuales se encuentran reconocidos como tal por las autoridades municipales y nacionales, y que llevan a la ciudad a tener un reconocimiento a nivel nacional e internacional.
- Carácter cordial y festivo de sus habitantes.
- Gran riqueza gastronómica.

DEBILIDADES

- Falta de promoción nacional, internacional y local del amplio abanico de oferta turística del municipio.
- Falta de vías de acceso adecuadas.
- Falta de talento humano calificado para la prestación de los servicios turísticos.
- Desinformación
- Bajo conocimiento de la actividad turística en el municipio de Pasto. (desconocimiento del sector y sus impactos)
- Baja capacidad institucional, no hay un desarrollo del producto turístico.
- Ausencia de coordinación entre las entidades del orden nacional y territorial
- Deficiente calidad de los servicios turísticos reflejado en la baja disponibilidad de personal bilingüe, entre otros.
- Deficiencias de la planta turística
- Los recursos asignados para proyectos es bastante bajo como para generar un impacto significativo en la actividad turística.
- Ineficiente procesos de planificación turística
- No hay alianzas con otros sectores de la economía, como la manufacturera, agroindustria y servicios.
- Hay fragmentación y falta de organización en la actividad turística; el turismo es un sector muy complejo
- Falta de empresas debidamente constituidas en el sector turístico. Ninguna de las pocas existentes tiene más de tres trabajadores.
- Dispersión de funciones en el sector. El turismo lo hace cualquier persona sin mayor formación en el área
- No se visualiza como una profesión rentable
- No hay una estructura empresarial consolidada
- Ausencia de demanda laboral calificada y como conocimientos reales de la región

- Operación de hoteles piratas, que no demandan talento humano calificado
- Deficiente estructura de la oferta turística
- Desconocimiento de las tendencias de negocios en turismo
- Desconocimiento del perfil y las características del cliente nacional y extranjero
- En general, el aspecto relacionado con la cooperación no es evidente entre los prestadores analizados en Nariño; las empresas siguen trabajando de manera individual sin que sean notorios los esfuerzos hacia una cultura asociativa. Tan solo en los pocos hoteles agremiados (COTELCO), todos ellos ubicados en Pasto, los administradores informaron contar con alianzas con agencias de viajes, mayoristas y otras empresas. No existe en el departamento, una fuerza empresarial turística que dirija esfuerzos hacia la tan anhelada competitividad.

OPORTUNIDADES

- Nariño es el principal Centro Artesanal de Colombia: La técnica del mopa-mopa o Barniz de Pasto es única en el mundo, por lo cual constituye un patrimonio cultural de la región y una oportunidad para que la región logre reconocimiento a nivel nacional e internacional.
- El incremento en la demanda de los servicios de medicina estética, oftalmológica y odontológica por visitantes nacionales y extranjeros, en especial, del Ecuador, conlleva a la organización y estructuración del Turismo para que sea más competitivo y se aproveche este sector de clase mundial.
- El Convenio de Competitividad Turística para el destino de servicios turísticos de NARIÑO es una oportunidad para lograr el fortalecimiento del sector.
- Plan estratégico para el desarrollo turístico de Nariño.
- La certificación del Fondo de Promoción Turística, a Nariño como el mejor destino en todos los viajes de familiarización realizados por agentes, en el año 2010. Esto permite que el sector se incentive y promocióne a nivel externo.
- Cooperación binacional con Ecuador para la promoción turística. Los acuerdos binacionales de turismo con el vecino país del Ecuador; de igual manera, se palmo un proyecto de “Turismo Binacional”, para promocionar a Ecuador y Nariño, como un solo destino, se desarrolló la nueva marca y slogan binacional de turismo: “Colombia-Ecuador 2 países, un solo destino”.
- Convenios de competitividad turística que permitirán incrementar la competitividad turística de la región.
- Auge de la economía terciaria a nivel mundial y los procesos de globalización que permitirán insertarse en las nuevas tendencias así como y atraer turismo cada vez más sofisticado y exigente al municipio.

AMENAZAS

- Los procesos de globalización implican viajeros nacionales e internacionales más y mejor informados acerca de las opciones que ofrecen todo tipo de turismo. Pasto debe insertarse en ese proceso.
- El tema del turismo se aborda en el POT principalmente a partir de los Carnavales de Negros y Blancos y, sin identificarse otros momentos de oferta turística, ni servicios

asociados a este evento. Esto limitaría la actuación que existe sobre la ciudad en materia de fortalecimiento turístico y consolidación como destino permanente en el país.

- En materia de movilidad, a nivel del municipio no reconoce las necesidades de conectividad existentes con otros destinos turísticos regionales aledaños, y no se plantea la necesidad de establecer integración o rutas por fuera del ámbito administrativo urbano.
- La actividad turística en la actualidad genera una alta presión sobre los recursos naturales, lo cual aumenta la vulnerabilidad del territorio y pone en peligro la preservación de las riquezas naturales que además de ser protegidas por acuerdos internacionales, son la base del interés turístico que produce la región.
- A nivel del municipio de Pasto, el turismo, en función de la medicina estética, servicios odontológicos y oftalmológicos, ha adquirido gran importancia, lo cual impacta directamente el sector turístico y, por tanto, si no se tiene una adecuada organización y estructuración del mismo no se lograra volverlo más competitivo y se desaprovechara éste sector de clase mundial.
- En el municipio de Pasto y a nivel del departamento en general, se han desaprovechado las ventajas naturales, arquitectónicas y culturales de las cuales goza; tampoco se ha aprovechado el convenio de competitividad Turística para el destino de servicios turísticos de Nariño, firmado en el año 2005, en el que se identifican las acciones para el desarrollo de la cadena de turismo en el departamento, de continuar así, todas las iniciativas adoptadas para el fortalecimiento del sector no lograrán el efecto deseado sobre el sector.

OBJETIVO 2

IDENTIFICACION DE LAS PRINCIPALES VARIABLES E INDICADORES RECOMENDADOS PARA EL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PASTO.

Como se ha mencionado, en los últimos años, el turismo ha adquirido una importancia relevante no solo a nivel internacional sino también nacional e incluso local, por ser factor importante en la generación de ingresos y empleo. La implementación de un sistema de información de la actividad turística en el municipio de Pasto, que permita conocer la contribución real del turismo a su economía, requiere en primera instancia la identificación de las variables que están directamente relacionadas con el sector. El cálculo de la contribución del turismo en el PIB por los métodos convencionales se expresa en las Cuentas Nacionales, sin embargo es una medición general a nivel del país o del departamento y por ende se subestima la aportación real de esta actividad a la economía municipal.

Sólo se podrán realizar diferentes tipos de análisis del turismo si se dispone de datos suficientes y adecuados que permitan generar estadísticas fidedignas, sería deseable que para el conocimiento del fenómeno turístico se presenten estadísticas semejantes y datos homogéneos con el fin de facilitar las comparaciones con otras regiones no solo del país sino a nivel internacional, por ello, para la identificación de las variables se siguió las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (RIET 2008), realizadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), que copila sistemáticamente estadísticas de turismo (emisor, receptor, interno) de países y territorios de todo el mundo en una extensa base de datos que publica cada año, estas recomendaciones se constituyen en el marco conceptual para la elaboración de las estadísticas básicas del turismo a nivel nacional y subnacional, refiriéndose este último a las instancias territoriales en las que se divide un país.

Para dimensionar la importancia económica del turismo, se necesita información sobre la demanda de bienes y servicios que realizan los turistas, para ello se debe identificar las actividades directas e indirectamente relacionadas en el proceso de satisfacción de la demanda existente o consumo de los turistas y de igual forma se requiere realizar el cálculo de la oferta turística, representada por las actividades que permiten generar esos bienes y servicios que necesitan los turistas.

Por lo anterior, para medir la actividad turística es preciso incorporar variables claves que brinden información cuantitativa de la demanda y la oferta turística. La estadística ayuda a recopilar y organizar todos esos datos para tratarlos, sacar conclusiones a partir de los resultados, realizar predicciones y tomar decisiones futuras frente a las situaciones encontradas.

DEMANDA TURÍSTICA

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, cuando las personas están de viaje realizan actividades diferentes a las que normalmente hacen en su vida cotidiana y siguen comportándose como consumidores al preparar el viaje o durante el mismo. *La demanda turística está íntimamente relacionada con el*

proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y su determinación depende de numerosos factores no solo económicos si no también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos (OMT, 1998).³⁰

Los factores determinantes o que condicionan la decisión de viajar y que influyen en la demanda turística están agrupados según su naturaleza en:

- Económicos: Nivel de renta disponible, precios del destino, precios de los destinos competitivos.
- Relativos a las unidades demandantes: Gustos y preferencias del turista, motivación, condiciones socioculturales, tiempo de ocio, factores geográficos.
- Sistema de comercialización: gastos de publicidad.
- Satisfacción del cliente: Cumplimiento de expectativas en cuanto a cualidades como fiabilidad, responsabilidad, competencia, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión, elementos tangibles.

Dentro de cualquier mercado o entorno económico, la demanda es una variable importante para un destino turístico que debe conocerse, medirse y analizarse. El estudio de la demanda turística es una fuente de información que permite a los actores económicos implicados en las actividades, así como para las instituciones encargadas del destino, conocer su comportamiento y determinar sus elementos esenciales con lo que se favorezca la toma de decisiones en pro del crecimiento y desarrollo de los territorios turísticos.

El esquema de análisis parte con un enfoque de demanda turística, bajo el supuesto de que el turismo es una actividad esencialmente “keynesiana”, es decir, sin demanda (sin turistas), no existe el desarrollo de dicha actividad, por más interesantes e innovadores atractivos que tenga un territorio. Es la demanda la que determina, en última instancia, el nivel de la producción y el empleo en este sector, por lo que es muy importante un análisis detallado de su estructura y evolución.

La actividad turística se mide por los flujos que genera esa demanda, que puede ser Interna (residentes que visitan su propio país), receptiva (no residentes procedentes de otro país), emisor (residentes de un país que se dirigen a otro) y los ingresos derivados del gasto turístico. Para analizar la actividad turística por el lado de la demanda, se debe contemplar dos enfoques: Por un lado están las variables que se miden en unidades físicas el flujo turístico o volumen turístico (ejemplo: N° de viajes, N° de pernoctaciones, N° de turistas, et.) y por otro lado las variables que se cuantifican en unidades monetarias, es decir, el gasto turístico.

1. **Volumen turístico y características de los turistas:** Permite establecer la acogida turística y la circulación de corrientes turísticas que tiene la región, con el fin de conocer la evolución del movimiento turístico así como las características de los turistas que visitan el municipio con lo que se puede tener una correcta identificación de los mismos. Estas variables se determinan mediante el cálculo de:

³⁰ Edna Alejandra González Alatorre y Ernesto Manuel Conde Pérez. Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. <http://www.eumed.net/rev/curydes/11/gacp.html>

- Número de viajes
- Características del turista
- Número de turistas que visitan el municipio
- Lugar de procedencia
- Nacionalidad
- Motivo principal del viaje
- Medio de transporte utilizado
- Forma de organización del viaje (solo, grupo, etc.)
- Número de estancias (días de permanencia en el lugar de destino)
- Número de pernoctaciones
- Tipo de alojamiento
- Estacionalidad (número de visitas total y al año)

2. **Gasto turístico:** El análisis de este enfoque involucra variables monetarias y hace referencia a todo gasto de consumo que realiza un turista durante su desplazamiento o estancia turística en un lugar específico.

El turismo como fenómeno impulsado por la demanda debe contemplar el impacto económico generado por la adquisición de bienes y servicios por parte de los turistas dentro de la región en un periodo de tiempo determinado, aquí se estudia la estimación del componente más importante del consumo de los turistas que es el valor de los productos comprados por ellos con sus propios ingresos en efectivo mientras están de fuera de su lugar de residencia, es decir, los gastos efectuados antes, durante y después del viaje. Su análisis contempla el cálculo de:

- Gasto realizado en la ciudad o país de origen, (recoge todos los gastos y pagos realizados en el país de residencia del turista relacionados con su viaje).
- Gasto realizado en el lugar de destino, (recoge todos los gastos y pagos realizados por el turista directamente en el lugar visitado).
- Gasto total: Gastos incurridos en el lugar de origen + Gastos incurridos en el lugar de destino

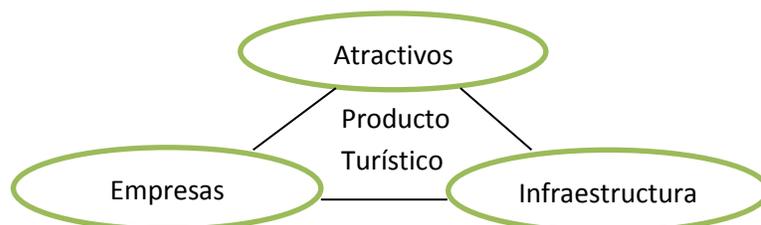
OFERTA TURISTICA

El impacto económico del turismo debe analizarse también desde la perspectiva de la oferta que es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos de forma directa por los turistas.

La oferta turística se compone de tres elementos:

- Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.
- Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados.
- Empresas turísticas: Son aquellas que prestan el servicio directo al turista.

Grafica N° 18. Componentes de la oferta turística.



Fuente: Secretaría de turismo. Programa de Competitividad

Dado que existe un conocimiento general de los recursos turísticos y la infraestructura con la que cuenta el municipio de Pasto y su consulta se pudo hacer mediante la revisión de información secundaria brindada por las dependencias encargadas de su manejo, el presente estudio se centra en el análisis de las empresas turísticas que son la base de la mayoría de las estadísticas económicas nacionales e internacionales que buscan hacer un seguimiento de la actividad y conocer su impacto económico en una determinada región, una vez estructuradas adecuadamente se podrá establecer las relaciones del turismo con otros sectores económicos y determinar su importancia frente a ellos, su estudio prioriza a aquellas industrias que son afectadas de forma más directa por la demanda turística.

Por lo anterior y desde este punto de vista, la oferta turística analizada para el municipio involucra el conjunto de actividades productivas realizadas para atender específicamente la demanda o consumo de los turistas, es fundamental realizar una selección adecuada de dichas actividades de acuerdo a la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT), con el fin de estructurar un marco que oriente la construcción de un sistema coherente, global y objetivo destinado a recolectar y comunicar información estadística comprensible en cualquier país o territorio.

Tabla N°34. Actividades turísticas.

	ACTIVIDADES
1	Hoteles y similares
2	Segunda vivienda en propiedad (imputada)
3	Restaurantes y similares
4	Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
5	Servicios de transporte de pasajeros por carretera
6	Servicios de transporte marítimo de pasajeros
7	Servicios de transporte aéreo de pasajeros
8	Servicios anexos al transporte de pasajeros
9	Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros
10	Agencias de viajes y similares
11	Servicios culturales
12	Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento

Fuente: SENA 2006. Caracterización ocupacional del sector turismo

Industrias o empresas turísticas

Cada industria turística se compone de todos los establecimientos cuya actividad principal es una actividad particular característica del turismo que atiende directamente las necesidades de los visitantes.

1. **Hoteles y Similares:** Esta actividad se relaciona con el alojamiento, ya que los turistas que pasan una noche fuera de su lugar de residencia necesitan un lugar donde alojarse. La recopilación de datos estadísticos sobre la actividad de hoteles y similares así como de los servicios ofrecidos por esta actividad son de gran importancia para el turismo y se constituyen en parte fundamental de la industria turística.

Esta actividad es la más destacada de la oferta turística, la oferta hotelera se mide principalmente por la capacidad de alojamiento turístico: N° de establecimientos por categorías, N° de plazas, N° de habitaciones, N° de meses de apertura a lo largo del año. El grado de utilización de la capacidad productiva hotelera se mide por los siguientes indicadores: N° de viajeros, N° de pernoctaciones. Estos indicadores permiten calcular la TASA DE OCUPACIÓN que es la proporción de habitaciones o plazas/cama de un establecimiento de alojamiento colectivo de turismo, ocupadas durante un período de tiempo determinado, con lo que se puede medir el comportamiento turístico que se presenta en el municipio, es importante analizar una serie histórica ya que permite comparar la tendencia que se presenta y compararlo con la variación con respecto al número de establecimientos.

2. **Restaurantes y similares:** Este tipo de actividad se encarga de la provisión de alimentos y bebidas, una de sus características es que, aunque se consideran actividades características del turismo, los establecimientos de estas industrias también atienden considerablemente a los no visitantes o a los residentes locales que podrían representar la mayoría de los clientes de forma permanente o sólo en determinados momentos del año.
3. **Transporte de pasajeros:** Esta actividad es una característica importante del turismo, los gastos en transporte representan con frecuencia una parte importante del gasto turístico total de los visitantes que viajan por carretera, vía marítima y en el caso de los visitantes que viajan por vía aérea. El transporte de pasajeros se clasifica en dos categorías diferentes: el transporte al lugar de destino o desde el mismo, y el transporte en el destino.
4. **Agencias de viajes y de otros servicios similares:** Algunos turistas al planificar y organizar su viaje, utilizan con frecuencia los servicios de agencias de viajes para obtener información sobre alternativas y realizar sus reservas (transporte, alojamiento, actividades recreativas que se compran como parte de un paquete o de forma individual). Las Agencias de viaje tiene como función vender el derecho a utilizar un determinado servicio prestado por terceros en un momento dado y en determinadas condiciones, proporcionan información y otros servicios al visitante, y son intermediarias en la compra de determinados servicios.

La agrupación de todos los establecimientos con la misma actividad principal que atienden directamente las necesidades de los turistas y que se trata de una de las actividades características del turismo constituye una industria turística. Las industrias turísticas podrían generar una combinación de productos característicos del turismo diferentes como es el caso de la industria hotelera, que también ofrece los servicios de provisión de alimentos y bebidas.

Para identificar la magnitud del sector desde la perspectiva de la oferta turística, es necesario desagregar las actividades productivas que proporcionan esos bienes y servicios adquiridos por los turistas y que constituyen el gasto turístico:

Tabla N°35. Productos turísticos.

	Servicios de alojamiento
	Hoteles y otros servicios de alojamiento
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de alojamiento en hoteles y moteles - Servicios de centros de vacaciones y hogares de vacaciones - Servicios de arrendamiento de alojamientos amueblados - Servicios de albergues juveniles - Servicios de centros de entrenamiento y vacaciones para niños - Servicios para acampamentos y campamentos para remolques - Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes - Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuita - Servicios auxiliares de las actividades de multipropiedad
	Servicios de provisión de alimentación y bebidas
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante - Servicios de provisión de comida en establecimientos de autoservicio - Otros servicios de provisión de comida - Servicios de provisión de bebidas para su consumo en el local
	Servicios de transporte de pasajeros
	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios regulares de transporte por ferrocarril - Servicios no regulares de transporte por ferrocarril
	Servicios de transporte por carretera
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera - Servicios regulares especiales interurbanos de transporte de viajeros por carretera - Servicios regulares de remontes para esquiar - Servicios de teleféricos y funiculares - Servicios de taxi - Servicios de alquiler de automóviles con conductor - Servicios de alquiler de autobuses y autocares con conductor
	Servicios de transporte marítimo
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y Transoceánicos - Otros servicios regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje

	<p>y exterior</p> <ul style="list-style-type: none"> - Otros servicios no regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior - Servicios de crucero - Servicios de alquiler de embarcaciones de cabotaje y exterior con tripulación para - Transporte de viajeros - Servicios de transporte de viajeros en ferries por vías interiores de navegación - Servicios regulares de viajeros - Servicios de excursiones panorámicas - Servicios de cruceros - Servicios de alquiler de embarcaciones con tripulación para el transporte de viajeros por vías interiores de navegación
	Servicios de transporte aéreo
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular - Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio no regular - Servicios de excursiones panorámicas en aeroplano o en helicóptero - Servicio de alquiler de aeronaves con tripulación
	Servicios conexos al transporte de pasajeros
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de ayuda a la navegación - Servicios auxiliares del transporte por ferrocarril - Servicios de estaciones de autobuses - Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros - Servicios de explotación de puertos y vías de navegación (excepto carga y descarga) - Servicios auxiliares del transporte por vía acuática relacionados con el combustible - Servicios de mantenimiento y conservación de embarcaciones de pasajeros privadas - Servicios de explotación de aeropuertos (excepto carga y descarga) - Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial
	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajero
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de leasing o alquiler de automóviles o camionetas sin conductor - Servicios de leasing o alquiler de caravanas/autocaravanas sin conductor - Servicios de leasing o alquiler de buques de pasajeros sin tripulación - Servicios de leasing o alquiler de aeronaves de pasajeros sin tripulación
	Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de mantenimiento y reparación de remolques, semirremolques y otros vehículos de motor no clasificados en otro lugar - Servicios de mantenimiento y reparación de embarcaciones de recreo de uso propio - Servicios de mantenimiento y reparación de aviones de recreo de uso propio
	Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo
	Servicios de las agencias de viajes
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de agencias de viaje

	Servicios de los tour operadores
	- Servicios de tour operadores
	Servicios de información turística y de los guías de turismo
	- Servicios de información turística - Servicios de guías de turismo
	Servicios culturales
	Representaciones artísticas
	- Servicios de explotación de salas de espectáculos - Servicios relacionados con actores
	Museos y otros servicios culturales
	- Servicios relacionados con museos, excepto lugares y edificios históricos - Servicios de conservación de lugares y edificios históricos - Servicios relacionados con jardines botánicos y zoológicos - Servicios relacionados con reservas naturales incluyendo servicios de conservación de la fauna
	Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento
	Deportes y servicios recreativos deportivos
	- Servicios de promoción y organización de pruebas deportivas de competición y de esparcimiento - Servicios de campos de golf - Servicios de explotación de pistas de esquí - Circuitos de carreras - Servicios de playa y de parques recreativos - Deportes de aventura y riesgo
	Otros servicios de esparcimiento y recreo
	- Servicios relacionados con parques temáticos - Servicios relacionados con parques de atracciones - Servicios relacionados con ferias y parques de atracciones - Servicios relacionados con casinos - Servicios relacionados con máquinas tragaperras
	Servicios turísticos diversos
	Servicios financieros y de seguros
	- Servicios de tarjetas de viaje - Servicios de crédito para viajes - Servicios de seguros de vida - Servicios de seguros de accidente en viaje - Servicios de seguros de enfermedad en viaje - Servicios de seguros particulares de los viajeros en aeronaves - Servicios de seguros particulares de los viajeros en embarcaciones - Servicios de seguros de viajes - Servicios de cambio de divisas
	Otros servicios de alquiler de bienes
	- Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte terrestre que no sean a motor

	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de leasing o alquiler de equipos para deportes de invierno - Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte aéreo que no sean a motor - Servicios de leasing o alquiler de equipos de playa o para deportes acuáticos - Servicios de leasing o alquiler de equipos de camping - Servicios de leasing o alquiler de sillas de montar - Servicios de alquiler de cámaras fotográficas
	Otros servicios turísticos
	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de organización de ferias de muestras y exposiciones - Servicios de balnearios - Servicios de licencias de pesca - Servicios de licencias de caza - Servicios de emisión de pasaportes - Servicios de emisión de visados - Servicios de guía (montaña, caza y pesca) - Servicios de acompañamiento o escolta

Fuente: Caracterización ocupacional del sector turismo. SENA 2006.

Empleo de las industrias turísticas

El turismo, gracias a su creciente evolución y auge económico, es una fuente importante de empleo directo e indirecto como cualquier otro sector de la economía, se caracteriza por ser una industria transversal que involucra en sus actividades a un gran número de la población, actualmente 1 de cada 12 empleos en el mundo es generado por este sector.

Dado que las actividades relacionadas con la actividad turística para su desarrollo demandan gran volumen de mano de obra, es necesario medir la contribución que hacen en cuanto a la generación de empleo. *“El empleo es una dimensión importante a la hora de caracterizar el turismo y reconocer su importancia desde un punto de vista productivo, social y estratégico”*³¹.

Las personas que son empleadas en las industrias turísticas pueden agruparse en una de las siguientes categorías:

- a) Empleo asalariado: Personas que durante un período de referencia realizan algún tipo de trabajo a cambio de una remuneración o de un salario, en efectivo o en especie.
- b) Empleo independiente: Personas que durante un período de referencia realizaron algún tipo de trabajo a cambio de unos beneficios o de unos ingresos familiares, en efectivo o en especie.

Es importante determinar el porcentaje de ocupación en turismo por ramas de actividad, es decir, establecer el número de empleos que son generados por las principales actividades turísticas: servicios de alojamiento, servicios de comidas y bebidas, transporte

³¹ OMT. Naciones Unidas. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (RIET 2008).

de viajeros, agencias de viajes y otras actividades turísticas (alquiler de vehículos, actividades recreativas, artísticas, espectáculos, culturales y actividades deportivas.).

Según las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008, *las personas que participan en actividades secundarias características del turismo de un establecimiento perteneciente a una industria no turística (por ejemplo, todos los establecimientos cuya actividad principal no es una actividad característica del turismo) no se incluirán en la categoría “empleo en las industrias turísticas”, pero sí en la categoría “empleo en turismo”. Por otra parte, las personas que trabajan en un establecimiento perteneciente a una industria turística que participan en actividades secundarias no características del turismo se incluirán en la categoría “empleo en las industrias turísticas”, pero no en la categoría “empleo en turismo”³².*

Ingresos generados por turismo

La economía turística genera unos ingresos significativos para el PIB global de una región, lo que, en último término, le da importancia y permite vincular al sector turismo en el contexto económico general.

En los últimos años se ha considerado al turismo como sector estratégico, en materia de generación de ingresos provenientes de la demanda y los ingresos derivados de la compra de los bienes y servicios característicos de la oferta turística.

La evolución de los ingresos turísticos tiene una analogía con el propio crecimiento de los componentes que conforman el agregado del turismo, el hecho de que el turismo sea un factor transversal de la economía y afecte a prácticamente la totalidad de las actividades productivas, se observa en la composición detallada de la demanda, al igual que en el caso del empleo, se requiere determinar el valor de los ingresos generados por ramas de actividad turísticas que ofrecen los productos que componen la demanda turística: servicios de alojamiento, servicios de comidas y bebidas, transporte de viajeros, agencias de viajes y otras actividades turísticas (alquiler de vehículos, actividades recreativas, artísticas, espectáculos, culturales y actividades deportivas).

Listado de variables e indicadores turísticos

Una vez identificados los elementos conceptuales referentes al turismo en términos de la demanda y oferta turística, las variables e indicadores tomados como relevantes en la estructuración de un sistema de información turística para el municipio de Pasto que permitiría evaluar el comportamiento futuro de la actividad desde las dos perspectivas oferta-demanda, después de haber hecho una revisión literaria exhaustiva sobre el sector, se mencionan a continuación teniendo en cuenta el turismo interno y receptor:

³² OMT. Naciones Unidas. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (RIET 2008). pág. 65

✓ **TURISMO RECEPTOR**

Es aquel que realizan los no residentes que viajan dentro de un determinado país y vienen del exterior, engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia.

VARIABLES

Características de los visitantes.

Sexo

Edad

Ocupación

Ingresos anuales del hogar, familiares o individuales

Estudios

Composición del Grupo Turístico

Llegadas.

Número de visitantes que pernoctan (Turistas)

Número de visitantes del día (Excursionistas)

Llegadas por lugar de procedencia.

Número de llegadas de turistas nacionales

Número de llegadas de turistas internacionales

Llegadas por motivo principal del viaje.

Número de llegadas por motivos personales

Número de llegadas por negocios y motivos Profesionales

Llegadas por forma de organización del viaje.

Número de llegadas con paquetes turísticos adquiridos en el lugar de origen

Número de llegadas con paquetes turísticos adquiridos en el lugar de destino

Número de llegadas sin paquetes turísticos

Medio de transporte

Número de llegadas por vía aérea

Número de llegadas por vía terrestre

Número de llegadas por vía marítima

Número de Estancias.

Número de días de permanencia

Tipo de alojamiento.

Numero de Huéspedes

Número de pernoctaciones.

Numero de huéspedes hoteles y similares
Número de pernoctaciones hoteles y similares

Gasto turístico total (gasto en origen + gasto en destino).

Valor del gasto en alojamiento
Valor del gasto en alimentos y bebidas
Valor del gasto en transporte local
Valor del gasto en transporte Internacional
Valor del gasto en actividades recreativas, culturales y deportivas
Valor del gasto en compras
Valor del gasto en adquisición de un paquete turístico
Valor del gasto en otras categorías

INDICADORES

Tamaño medio de los grupos de llegadas de turistas

Duración media de la estancia

Gasto medio por turista

Gasto medio diario

Gasto medio diario por turista

Estacionalidad

Tiempo promedio de retorno (Fidelidad)

✓ **TURISMO INTERNO**

El turismo interno, aquel que se realiza dentro del país, se presenta cuando los residentes de un país viajan dentro del propio país, ese decir, las corrientes turísticas se mueven desde un punto de origen a un punto de destino del mismo territorio, incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia.

VARIABLES

Características de los visitantes.

Sexo

Edad

Ocupación

Ingresos anuales del hogar, familiares o individuales

Educación

Composición del Grupo Turístico

Viajes.

Número de visitantes que pernoctan (Turistas)

Número de visitantes del día (Excursionistas)

Viajes por lugar de procedencia.

Número de viajes de corregimientos y veredas municipales

Número de viajes de la zona urbana

Viajes por motivo principal del viaje.

Número de viajes por motivos personales

Número de viajes por negocios y motivos Profesionales

Llegadas por forma de organización del viaje.

Número de llegadas con paquetes turísticos adquiridos en el lugar de origen

Número de llegadas con paquetes turísticos adquiridos en el lugar de destino

Número de llegadas sin paquetes turísticos

Número de Estancias.

Número de días de permanencia

Todo tipo de alojamiento.

Numero de huéspedes

Número de pernoctaciones.

Numero de huéspedes hoteles y similares

Número de pernoctaciones hoteles y similares

Gasto turístico total (gasto en origen + gasto en destino).

Valor del gasto en alojamiento

Valor del gasto en alimentos y bebidas

Valor del gasto en transporte local

Valor del gasto en actividades recreativas, culturales y deportivas

Valor del gasto en compras

Valor del gasto en adquisición de un paquete turístico

Valor del gasto en otras categorías

INDICADORES

Tamaño medio de los grupos de viaje

Duración media de la estancia

Gasto medio por turista

Gasto medio diario

Gasto medio diario por turista

Estacionalidad

EMPRESAS TURISTICAS

Número de establecimientos hoteles y similares (# de plazas)
Número de establecimientos restaurantes y similares
Número de empresas de transporte de pasajeros
Número de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo
Número de empresas que ofrecen servicios culturales
Número de empresas que ofrecen servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento

Alojamiento para visitantes en hoteles y establecimientos similares

Producción (Ingresos)
Consumo intermedio
Valor agregado bruto
Remuneración a los trabajadores
Formación bruta de capital fijo
Impuestos Indirectos
Número de habitaciones
Número de camas

INDICADORES

Tasa de ocupación hotelera por plaza y total

Duración media de la estancia

Capacidad disponible

Actividades de agencias de viaje

Producción
Consumo intermedio
Valor agregado bruto
Remuneración a los trabajadores
Formación bruta de capital fijo

Viajes internos

* con paquete turístico
* sin paquete turístico

Viajes receptores

* con paquete turístico
* sin paquete turístico

Viajes emisores

* con paquete turístico
* sin paquete turístico

EMPLEO

Número de empleos por empresa turística y situación laboral

- * Hoteles y similares
- * Restaurantes y similares
- * Transporte de pasajeros
- * Agencias de viajes
- * Otras industrias turísticas

INGRESOS DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

La actividad turística es fuente importante de ingresos para la sociedad moderna, es un sector que reactiva a otros sectores económicos que ofrecen bienes y servicios demandados por los turistas. Los ingresos constituyen un indicador muy importante y pueden calcularse para el país, región y lugar turístico a partir de los gastos realizados por los visitantes.

Un turista realiza un gasto en el lugar de destino, el valor de la suma estará determinado conforme a sus necesidades y posibilidades. Según sean estas y teniendo en cuenta los días de estancia, la diversidad de los servicios disponibles, los precios de los bienes y servicios así como la modalidad de turismo predominante en el destino, su consumo será mayor o menor.

- Ingreso medio por turista.

Si se conoce la cifra total de gastos efectuados por los turistas (I) y el número de los que lo han efectuado, número de turistas, (T), es posible hallar el promedio de gastos por turista (o lo que es lo mismo, de ingreso medio por turista) para el municipio de Pasto, con una simple división:

$$IM = I / T$$

- Ingreso medio por día.

Este indicador se lo obtiene de dividir el total de ingresos (I) por el número de estancias producidas en el municipio de Pasto (E).

$$IMD = I/E$$

- Ingreso medio diario por turista.

El cálculo de este indicador se lo realiza a partir del ingreso medio, calculado conforme a lo expresado anteriormente: $IM = I / T$ y conociendo la duración de la estancia media (EM):

$$IMD=IM/EM \text{ o también } IMD = I / TD$$

Dónde:

- * IMD - Ingreso Medio Diario por turista
- * EM - Estancia Media en días ($EM = TD / T$)
- * TD - Cantidad de días que permanecen los Turistas en el lugar

El compendio estadístico de todas las variables seleccionadas anteriormente será clave para conocer la realidad del sector y estimar el impacto de la actividad turística en la economía regional. El municipio de Pasto necesita una recopilación de información turística para poder tomar mejores decisiones frente al sector y convertirlo en una de las apuestas productivas que impulsen el desarrollo local.

El análisis de la oferta y demanda en un mercado turístico permite identificar cuál es su comportamiento a través de una serie de tiempo, de igual forma ayuda a conocer su tendencia y hacer comparaciones temporales e identificar también si estas dos variables están teniendo el mismo crecimiento y mediante un pronóstico poder determinar si la capacidad proyectada por el destino (oferta turística) será menor, igual o mayor que la demanda turística pronosticada.

La información sobre el turismo municipal es esencial para avanzar en el conocimiento del sector, seguir de cerca sus progresos, promover una gestión pertinente enfocada a unos resultados a partir de la fijación de estrategias que permitan evaluar constantemente su comportamiento.

OBJETIVO 3

ADOPCION DE UNA METODOLOGÍA PERTINENTE PARA LA MEDICIÓN DE LAS VARIABLES TENIDAS EN CUENTA DENTRO EL SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE PASTO.

En la nueva era del turismo existe un reconocimiento oficial de que es una actividad que puede medirse directamente y no a través de aproximaciones realizadas con mediciones afines, como por ejemplo mediante la balanza de pagos. Actualmente el turismo cuenta con una variedad de instrumentos para realizar el seguimiento de sus actividades productivas y de las que son impulsadas por los consumidores (turistas).

Cabe destacar, como información adicional, que en Colombia el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE y el Consorcio Administrador del Patrimonio Autónomo Fondo de Promoción Turística, Promotor, como entidad administradora de los recursos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo aplicó la primera Encuesta de Turismo a Hogares particulares residentes en Colombia (ETUR), con el fin de analizar el comportamiento turístico de los hogares dentro del país y hacia el extranjero y así generar información estadística que permita determinar las características de la demanda turística y su incidencia en las actividades económicas relacionadas con el turismo en la economía nacional, especialmente, para la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo que está bajo la responsabilidad del DANE. Sin embargo, la información obtenida corresponde a una muestra poblacional conformada por cada una de 8 principales ciudades (Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Medellín, Pereira y Santa Marta y total resto urbano), lo que impide realizar un estudio específico de las condiciones turísticas del municipio de Pasto.

Por lo anterior, la forma o la metodología adoptada para recolectar información turística dentro del municipio, es un paso importante en el proceso de construcción de un sistema de información estadística de la actividad que guiaría las políticas e impulsaría el progreso eficaz del sector.

Objetivo: El objetivo general perseguido en el desarrollo de la investigación es establecer un sistema que permita recolectar y generar información necesaria sobre la actividad Turística en el municipio de Pasto con el fin de dar cumplimiento a los siguientes requerimientos:

- Obtener una visión detallada del comportamiento del turismo en el municipio de Pasto, analizando las principales variables tanto de oferta como de demanda, así como realizar una valoración económica del sector turístico municipal con la que se pueda realizar predicciones de su comportamiento hacia futuro.
- Conocer el impacto de la actividad turística sobre las principales variables del sistema económico municipal siguiendo los principios y la estructura metodológica propuesta por Naciones Unidas y la OMT, permitiendo así la comparación de sus resultados con los obtenidos por otras regiones a nivel nacional e internacional.

- Realizar estudios que brinden un mejor conocimiento sobre los grupos de turistas (segmentos turísticos) que visitan el municipio para adaptar mejor la oferta y las políticas turísticas a los requerimientos de esa demanda.
- Ofrecer una visión detallada del comportamiento del turismo en el municipio de Pasto, analizando los principales mercados emisores que la visitan e identificar los mercados potenciales a los cuales se deben encaminar los esfuerzos y políticas relacionadas con el sector.
- Recopilar información sobre las características básicas del conjunto de establecimientos o actividades que prestan servicios con algún fin turístico en el municipio de Pasto, lo que lo convierte en instrumento para la planificación, conocimiento, ordenación y promoción del turismo regional.
- Brindar información clara y coherente sobre el turismo municipal con el propósito de conocer la realidad del sector y potencializar sus actividades junto con la de los sectores relacionados.
- Concientizar sobre la necesidad de contar con una base de datos analítica realista para la toma de decisiones de política y el diagnóstico de fortalezas, debilidades y complementariedades de la actividad turística en el municipio.
- Obtener información de insumo para la construcción de Cuenta Satélite de Turismo dentro del municipio.

METODOLOGÍA

Se quiere clarificar en etapas definidas el modo en que se pretende abordar la investigación, la obtención de información y finalmente la recolección de los datos en relación al área turística, asegurando que se pueda construir un sistema de información confiable y coherente con la realidad existente en el municipio de Pasto.

- 1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Según el objetivo central planteado el tipo de investigación será:
- Cuantitativa: Porque se van a recolectar y examinar datos numéricos, especialmente en el campo de la estadística a través de las cifras recolectas que permitirán establecer los impactos económicos y sociales generados por cada una de las variables en el municipio.
 - Cualitativa: Debido a que se hará un análisis descriptivo de algunas de las variables tenidas en cuenta para el sistema de información turística, ejemplo de ello es el análisis del perfil de los turistas que visitan el municipio de Pasto, así como también se hará un análisis general del sector y se analizaran aspectos sociales de la población involucrada en la actividad.

- **Deductiva:** Esto debido a que una vez obtenida la información requerida se procederá a hacer un análisis que permita obtener unas conclusiones generales en base a lo observado, se podrá tener una visión más amplia de la actividad y su comportamiento a nivel local.
- **Propositiva:** Porque una vez realizada la investigación, obtenidas las cifras y hecho el análisis de la situación encontrada, se procederá a identificar las políticas o estrategias que permitirán impulsar la actividad, se trata de que con la información brindada las autoridades municipales y las entidades comprometidas con el turismo en el municipio de Pasto propongan alternativas de solución a las dificultades encontradas así como también diseñen planes de acción para impulsar el sector.

2. TIPO DE INFORMACIÓN: Teniendo en cuenta el tipo de investigación y su naturaleza, el tipo de información que se trabajaría en el sistema de información es cuantitativa, cualitativa, como ya se mencionó, cabe destacar que la información será de carácter público ya que toda persona tendrá acceso a ella, no tendrá censura ni impedimento de ser consultada, toda la población interesada podrá solicitarla en la medida en que la necesita y será brindada por parte de la entidad pública encargada de su manejo, en este caso le corresponde a la Subsecretaria de Turismo municipal.

3. FUENTES DE INFORMACIÓN: Para cumplir con el objetivo general propuesto que es implementar un sistema de información turística en el municipio de Pasto, la información requerida se obtendrá de las siguientes fuentes:

- ✓ **Primaria:** Proveniente de los turistas que llegan, salen y se mueven internamente así como de las personas que desempeñen algún tipo de actividad turística (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de transporte, etc.) dentro del municipio.
- ✓ **Secundaria:** Se obtendrá de textos, libros, revistas, archivos, base de datos estadísticas, publicaciones que hayan sido realizados por instituciones vinculadas con el sector (Secretaria de desarrollo económico y competitividad-Subsecretaria de turismo, policía metropolitana de turismo, oficina de turismo, COTELCO, Universidad Mariana, Universidad de Nariño, SENA, Corpocarnaval, terminal de transportes, oficina de migración, Proexport, etc.) y en los cuales se trabajen temas relacionados con el turismo municipal
- ✓ **Terciaria:** Del internet, Virtual-red, especialmente páginas de turismo tanto nacionales como internacionales con el fin de contextualizar la actividad y realizar comparaciones con otras regiones turísticas.

4. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: una vez se tenga la información recolectada de las diferentes fuentes, se procederá a analizarla según el siguiente proceso:

- Primero, se ordenará y clasificara toda la información obtenida de acuerdo a la fuente de información.
- Segundo, se procederá a la selección y depuración con el fin de filtrar la información que no sea significativa para la estructuración del sistema.
- Tercero, se procesara la información seleccionada y depurada.
- Cuarto, se analizara e interpretara la información.
- Quinto, elaboración del documento final que recopile la información de forma coherente y lo plasme en un informe que se publicara semestralmente y servirá de consulta para las personas interesadas en el seguimiento de la actividad turística municipal. En esta última etapa, el objetivo principal será comunicar los resultados del proceso de investigación, ya que en base a lo expuesto anteriormente se obtendrá como resultado un producto que deberá ser socializado de forma clara ya que cubrirá las necesidades de información turística que tiene el municipio de Pasto como destino turístico.

Para el procesamiento de la información y elaboración del informe final las herramientas informáticas que se van a utilizar serán: Excel y Word.

5. POBLACIÓN: Para llevar a cabo el objetivo buscado, se requiere trabajar con la población del municipio de Pasto que esté relacionada de forma directa con la actividad turística (turistas locales, nacionales e internacionales, establecimientos hoteleros, agencias de viaje, establecimientos de comidas, empresas de transporte, empresas prestadoras de servicios culturales, recreativos y de esparcimiento).

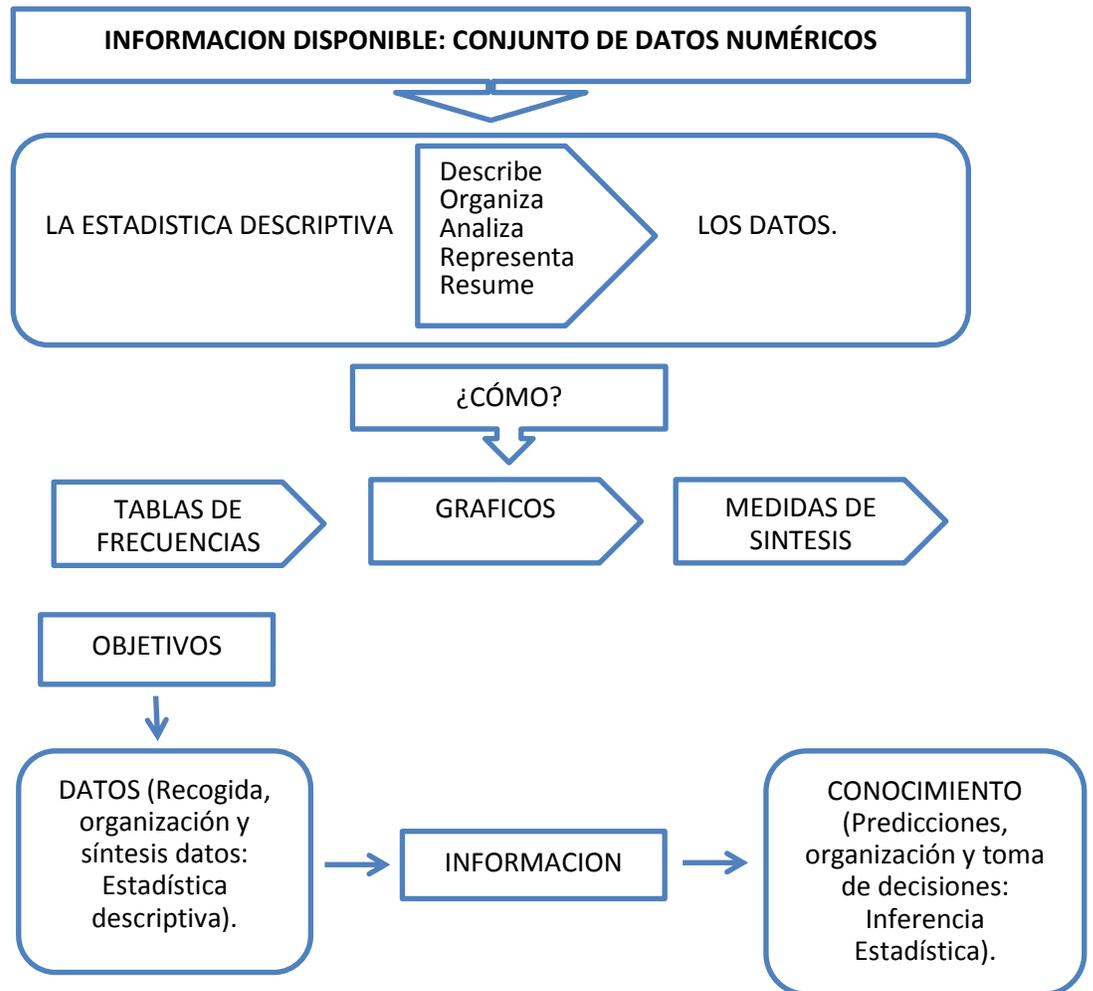
ESTADISTICA DESCRIPTIVA

Teniendo en cuenta el carácter de la propuesta de implementar un sistema de información turística municipal y que tanto la oferta como la demanda turística proporcionan datos numéricos, se recurrirá a la estadística descriptiva para recolectar, ordenar, analizar e interpretar el conjunto de datos obtenidos, con el fin de describir adecuadamente las características relacionadas con el sector del turismo en Pasto, sacar conclusiones a partir de los resultados obtenidos, realizar predicciones y fortalecer la toma de decisiones frente al sector.

La estadística descriptiva, en este caso, trabaja con todos los individuos de la población vinculada con el turismo y el proceso que sigue consta de los siguientes pasos:

- Selección de caracteres o variables que merecen ser estudiados.
- Mediante encuesta o medición, obtención del valor de cada individuo en las variables seleccionadas (Oferta y demanda turística).
- Elaboración de tablas de frecuencias, mediante la adecuada clasificación de los individuos dentro de cada variable.
- Representación gráfica de los resultados (elaboración de gráficas estadísticas).

Gráfica N° 19. Procedimiento de análisis de la información. Estadística descriptiva.



Fuente: Esta Investigación.

MÉTODOS EMPLEADOS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS.

En esta parte se pretende diseñar un procedimiento metodológico para medir la demanda y oferta turística que sea aplicable a cualquier destino turístico de la región.

Se analizarán series temporales sobre la demanda y oferta turística del municipio de Pasto, la recolección de los datos, observaciones o valores tendrán una secuencia lógica, se hará de forma continua y tendrán un orden cronológico pues el propósito es conocer el comportamiento pasado y presente, tanto de la demanda como de la oferta turística, a fin de analizar tendencias, determinar la estacionalidad y hacer proyecciones futuras que ayuden a la toma de decisiones con relación al sector.

HERRAMIENTAS ESTADISTICAS

Organismos internacionales como la OMT que trabajan con datos cuantitativos sobre turismo recurre a utilizar este tipo de herramientas.

- Encuestas:

La encuesta de Turismo constituye la primera fuente estadística para el análisis del comportamiento turístico interno y receptor del municipio de Pasto; son herramientas que permiten recaudar información o datos mediante un cuestionario diseñado previamente. Las preguntas estructuradas se aplican a una población o muestra representativa con el fin de investigar y conocer datos de opinión, características o hechos específicos de un fenómeno económico, social, cultural, político, etc. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

Ventajas de su implementación: Bajo costo, la información más exacta (mejor calidad), es posible introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir los posibles errores, mayor rapidez en la obtención de resultados, es una de las técnicas más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población así como también gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

- Cuenta Satélite del Turismo (CST):

Es una estadística de síntesis que permite proporcionar una “radiografía” del conjunto de la economía, permite tener una idea acertada de la importancia del fenómeno turístico dentro de la economía mediante el cálculo de los ingresos generados por esta actividad en un determinado territorio y su aporte al PIB regional.

Las cuentas satélite son una extensión del sistema de cuentas nacionales, comparten sus conceptos básicos, definiciones y clasificaciones. Permiten ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional a determinadas áreas de interés socio-económico de una manera flexible y sin sobrecargar o distorsionar el sistema central. En Colombia, actualmente se están desarrollando las Cuentas Satélite: Medio Ambiente, turismo, Cultural y Salud y Seguridad Social³³.

La información que brinda la CST es anual, trabaja con una perspectiva integradora y global pues mide el conglomerado turístico a través de una metodología clara y un análisis riguroso de cada una de las actividades relacionadas con el sector.

³³ DANE. Cuentas económicas. cuentas satélite <https://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-satelite>.

AREA DE ESTUDIO (AMBITO GEOGRAFICO Y POBLACIONAL).

La presente propuesta define como área de estudio o área de cobertura geográfica el municipio de Pasto, obteniéndose resultados para los siguientes niveles de desagregación: la zona urbana (Ciudad capital San Juan de Pasto) y la zona Rural (17 corregimientos).

PERIODICIDAD.

El levantamiento de la información se hará de forma permanente una vez se hayan estructurado definitivamente los instrumentos diseñados y se realicen las capacitaciones pertinentes al personal involucrado, sin embargo, el análisis de las cifras obtenidas o el compendio estadístico elaborado después de la medición propuesta se realiza semestralmente, de modo que será posible disponer de información sobre los principales agregados macroeconómicos del Municipio de Pasto cada 6 meses, esto con el fin de poder analizar la estacionalidad turística presentada a lo largo de los 12 meses.

CONTENIDO DEL FORMULARIO.

Información descriptiva y numérica de las variables identificadas anteriormente, desde el punto de vista de la demanda y la oferta del turismo interno y receptor a nivel municipal.

La definición del contenido y las variables a investigar fueron establecidas en el objetivo número 3, se establecieron en base a consulta de documentos que desarrollan elementos de teoría turística y teniendo en cuenta las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008 (RIET 2008). La información solicitada responde a las necesidades de la investigación y al desarrollo de estudios futuros relacionados con el turismo municipal.

PROCEDIMIENTO PARA MEDIR LA DEMANDA TURÍSTICA:

- **Sujetos de estudio:** Turistas locales, nacionales y extranjeros que visitan el municipio de Pasto.
- **Instrumento de investigación:** Se recomienda utilizar encuestas que son el instrumento más utilizado para realizar este tipo de investigación. La manera en que se debe aplicar la encuesta, es una entrevista personal, ya que se debe mantener un contacto directo entre el encuestador y el turista: local, nacional o extranjero.
- **Lugar de aplicación:** Para el caso de los turistas se propone realizarla en el terminal de transportes de Pasto y en los hoteles con la ayuda de los prestadores de este servicio que deberán ser capacitados con anterioridad para que tengan el conocimiento sobre los temas y formatos (encuestas y registros) que se deben manejar.
- Los cuestionarios deberán aplicarse en el destino en el que se va a conocer y medir la actividad turística ya que se estará trabajando con la demanda real del municipio de Pasto.
- **Periodicidad:** Se propone que las encuestas sean realizadas de forma continua (Por día de llegada), en el caso del gasto turístico interno, puede utilizarse una encuesta a hogares específica del turismo o un módulo periódico (mensual, trimestral, anual) con intermediación de instituciones como el DANE.

Diseño del instrumento de investigación:

El contenido de la encuesta deberá plantearse en base a las variables que determinan e influyen en la demanda turística, (factores identificados en el anterior objetivo).

El cuestionario debe hacerse de manera clara, donde se muestren los elementos que se consideran más importantes para poder obtener información sobre las variables de la demanda turística ya mencionadas.

La encuesta estará estructurada de tal manera que puede ser contestado por un turista local, nacional o extranjero y tendrá una combinación de preguntas y escalas como la de Likert, de importancia, de satisfacción, de valoración, de opciones múltiples y abiertas con el objetivo de obtener la información más clara y precisa sobre las variables analizadas.

El cuestionario estará dividido en cuatro secciones:

1. La primera parte estará formada por las preguntas que tienen como objetivo obtener la información referente a: fecha de la realización del viaje, nacionalidad, edad, genero, nivel de estudios, situación laboral, ocupación, ingresos anuales del hogar, familiares o individuales tipo de visita, lugar de procedencia, motivo principal del viaje (ocio, vacaciones compras, salud, negocios, ferias, estudios, etc.), duración de la visita (# de estancias y pernoctaciones), modo de viaje (solo, grupo familiar, grupo de amigos, etc.), número de personas que viajan, medio de transporte, tipo de alojamiento (hoteles, segunda vivienda, alquiler, casas de familiares o amigos, etc.), medio de transporte (el medio en el que se viaja el mayor número de millas/kilómetros; el medio en el que se pasa la mayor parte del tiempo o el medio que representa el porcentaje más elevado del costo total del transporte).
2. La segunda parte estará conformada por las preguntas que tienen como objetivo obtener información referente a: forma en que conoce el destino, fuentes por las que ha recibido información del destino (consulta de folletos, lectura de libros y guías de viajes, el consumidor lo encontró en un artículo en un periódico o revista, en internet, miro un reportaje por televisión, escucho una propaganda en radio, comercial de televisión o a través de comentarios de individuos cercanos al consumidor, etc.) y valoración de la información recibida.
3. La tercera parte, concerniente a las preguntas que tienen como objetivo recolectar información sobre las unidades económicas como: ingreso disponible para viajar, gastos realizados en hospedaje, transporte, alimentación, compras, paquete turístico y actividades de recreación (gastos realizados en el lugar de origen y destino del viaje). Se recomienda que las encuestas aplicadas desglosen los datos sobre los gastos en bienes y servicios adquiridos.
4. El cuarto y último bloque, conformado por las preguntas que tienen como objetivo obtener información concerniente a la satisfacción y fidelización de los turistas y comprende los siguientes elementos: número de visitas total y al año, grado de satisfacción de la visita global y por atributos, recomendación del destino y repetición de la visita.

FORMATO DE LAS ENCUESTAS PARA LA DEMANDA TURISTICA:

**ALCALDIA DE PASTO
SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD
SUBSECRETARIA DE TURISMO**

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES (TURISTAS)

Fecha _____

Nº _____

Objetivo: Determinar el flujo turístico que tiene el municipio de Pasto conociendo las características y el volumen de la demanda turística, por lo cual se quiere que usted participe respondiendo cuidadosamente este cuestionario.

1. Nacionalidad _____

2. Residencia actual _____

3. Edad ____

4. Sexo M ____ F ____

5. Estado civil :

- Soltero (a) ____
- Casado (a) ____
- Divorciado (a) ____
- Viudo (a) ____
- Otro (a) _____

6. Nivel educativo:

- Primaria ____
- Secundaria ____
- Universitaria ____
- Postgrado ____
- Maestría ____
- Doctorado ____
- Otros ____

7. Profesión u oficio:

- Estudiante ____
- Comerciante ____
- Empresario ____
- Ama de casa ____
- Otro ____ Especifique _____

8. Ingresos anuales del hogar, familiares o individuales \$ _____

9. Es su primer viaje al Municipio Sí ____ No ____

10. En caso de respuesta Negativa a la anterior pregunta responda:

- ¿Cuántas veces ha venido anteriormente? _____
- ¿En qué fechas? _____
- ¿Cuántos fueron los días de permanencia? _____

11. ¿Qué lo impulso a elegir este municipio como destino de su viaje?

- Interés propio _____
- Recomendación de amigos _____
- Recomendación de familiares _____
- Propaganda _____ ¿especifique cuál? _____
- Documental en TV, Radio o Revistas _____
- Otro _____ ¿especifique cuál? _____

12. ¿Cómo Viaja? (Composición del grupo turístico, especifique el número y edad promedio):

- Solo _____
- En pareja _____
- Con familia _____ Número: _____ Edad promedio _____
- Con amigos _____ Número: _____ Edad promedio _____
- Con compañeros del trabajo _____ Número: _____ Edad promedio _____
- Otro _____, ¿Cuál? _____ Número: _____ Edad promedio _____

13. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

- Vacaciones _____
- Paseo _____
- Familia _____
- Negocios _____
- Estudios _____
- Deportes _____
- Cultura _____
- Religión _____
- Salud _____
- Gastronomía _____
- Ecoturismo _____
- Otro, _____ ¿Cuál? _____

14. ¿Cuánto fue su tiempo de permanencia en el Municipio de Pasto?

- Menos de 1 día _____
- 1 día _____
- 2 - 3 días _____
- 4 - 7 días _____
- 1 - 3 semanas _____
- 1 Mes _____
- Más de un Mes y menos de 5 meses _____
- Más de 5 meses _____
- Más de 1 año _____

15. ¿Qué medio de transporte utilizó, la mayor parte del viaje, para llegar al Municipio de Pasto?

- Carro propio _____
- Bus publico _____
- Carro alquilado _____
- Bus de Agencia de Viajes (tour) _____
- Transporte Acuático _____
- Transporte aéreo _____
- Otro _____ ¿Cuál? _____

16. ¿Cuál fue la ruta de llegada al Municipio?

17. ¿Cuál fue su principal destino dentro del municipio de Pasto?

18. ¿Cuáles fueron los lugares o sitios turísticos que visito?

19. ¿Adquirió un paquete turístico?

Sí ____ No ____

20. En caso de responder afirmativamente a la anterior pregunta, conteste lo siguiente:

- ¿En dónde lo adquirió? _____
- ¿Nombre de la empresa? _____
- ¿Cuánto le costó? _____
- ¿Qué servicios cubre? :
 - Hospedaje _____
 - Alimentación _____
 - Transporte _____
 - Visitas y excursiones _____
 - Recreación _____
 - Guía acompañante _____
 - Otro _____ ¿Cuál? _____

21. En caso de responder negativamente a la pregunta número 13, conteste las siguientes preguntas relacionadas con su viaje:

- ¿Cuál fue el Valor del gasto en alojamiento? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en alimentos y bebidas? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en transporte local? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en transporte Internacional? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en actividades recreativas, culturales y deportivas? \$ _____

- ¿Cuál fue el Valor del gasto en compras? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en otras categorías? \$ _____ ¿Cuáles?

22. ¿Qué fue lo que más le gusto de la visita al municipio?

23. Nivel de satisfacción: Califique de acuerdo a su opinión el grado de satisfacción recibida en cuanto a los siguientes aspectos, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta:

ITEMS	1	2	3	4	5
Servicios de transporte					
Alojamiento					
Información turística					
Servicios de Alimentación					
Seguridad					
Centros o plazas de Comercio					
Discotecas – Centros Nocturnos					
Agencias de viaje					
Parques Recreacionales					
Sitios turísticos					
Hospitalidad					
Infraestructura					
Limpieza y aseo					
Precios					

Agradecemos su valiosa colaboración.

PROCEDIMIENTO PARA MEDIR LA OFERTA TURÍSTICA:

Desde la perspectiva de la oferta, el objetivo es describir las actividades productivas que proporcionan los bienes y servicios adquiridos por los visitantes.

- **Sujetos de estudio:** prestadores de los servicios turísticos (Sector hotelero, alimentos y bebidas, transporte público y privado, agencias de viaje, servicios culturales, servicios recreativos).
- En cuanto a la parte relacionada con la cuantificación de los establecimiento por actividad turística (Número de establecimientos hoteles y similares, número de empresas de transporte de pasajeros, número de establecimientos restaurantes y similares, número de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo, número de empresas que ofrecen servicios culturales, número de empresas que ofrecen

servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento, número de establecimientos de otras industrias turísticas), la información será consultada en los registros que tiene la cámara de comercio de Pasto ya que para el Sistema de Cuentas Nacionales se recomienda la utilización del establecimiento como unidad que proporciona datos más apropiados para los análisis de la producción.

- **Instrumento de investigación:** En este caso se recomienda utilizar encuestas y un formato de registro que dé cuenta de las operaciones diarias, mensuales y anuales de la actividad. Para obtener mayor información también se podría consultar los registros administrativos y los censos económicos aplicados por otras instituciones.
- **Lugar de aplicación:** Para el caso de los prestadores de servicios se recomienda que la gestión y recolección de la información requerida se realice su lugar de trabajo. La manera en que se debe aplicar la encuesta, es una entrevista personal, y para el caso del registro de actividades se solicitara una copia para su revisión.
- Los cuestionarios deberán aplicarse en el destino en el que se va a conocer y medir la actividad turística ya que se estará trabajando con la oferta real del municipio de Pasto, toso esto, con el fin de ayudar a los actores encargados del destino a que mejoren la oferta turística para que puedan satisfacer y hacer frente a la demanda turística futura.
- **Periodicidad:** Se propone que las encuestas se realicen 2 veces al año (semestralmente) y la consulta de registros se haga de forma mensual. Los establecimientos deben conocer el formato de encuesta para que de manera permanente lleven sus registros con el fin de responder las preguntas del cuestionario en la fecha en la que este se aplique.

Diseño del instrumento de investigación:

El cuestionario estructurado para la encuesta deberá realizarse en base a las variables que determinan e influyen en la oferta turística anteriormente identificadas.

La encuesta debe hacerse de manera clara y concisa investigando de forma detallada el fenómeno estudiado, se tendrá en cuenta el tipo de población discriminada por el tipo de servicios turísticos que ofrecen y tendrá una combinación de preguntas y escalas de e importancia, de satisfacción, de valoración, de opciones múltiples y abiertas con el objetivo de recopilar la mayor información posible.

El cuestionario estará dividido en tres secciones:

1. En la primera parte se formularan las preguntas concernientes a determinar: meses de actividad comercial al año, tipo de actividad turística, servicios y productos que se ofrecen por cada establecimiento. En las estadísticas elaboradas desde la perspectiva de la oferta, los establecimientos se clasifican con arreglo a su actividad principal, que es determinada a su vez por la actividad que genera el mayor valor añadido.
2. La segunda parte tendrá las preguntas que tienen por objetivo conocer: el valor total de la producción (Ingresos generados), valor total del consumo intermedio, Valor Agregado Bruto (la diferencia entre el valor total de la producción y el valor total del consumo intermedio), remuneración a los trabajadores, formación bruta de capital fijo, para el caso de los hoteles y los establecimientos similares se debe indagar sobre: número de habitaciones, número de camas, tasa de ocupación por plaza y por cama así como los ingresos obtenidos por habitación disponible.

3. La tercera parte, concerniente a las preguntas que tienen como objetivo recolectar información el volumen de empleo generado por cada establecimiento turístico, (debido a la importancia estratégica del empleo, el empleo en las industrias turísticas, puede expresarse en términos de: Número de personas; número de empleos (tiempo completo/tiempo parcial); número de horas trabajadas; empleo equivalente a tiempo completo), la capacidad cubrir las necesidades de los clientes y satisfacer las expectativas de los turistas.

FORMATO DE LAS ENCUESTAS PARA LA OFERTA TURISTICA:

ALCALDIA DE PASTO

**SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD
SUBSECRETARIA DE TURISMO**

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS TURISTICAS

Fecha _____

Nº _____

Objetivo: Obtener información estadística de las actividades relacionadas con el turismo en el municipio de Pasto con el fin de determinar el estado de la oferta turística.

1. Nombre del encuestado _____
2. Edad _____
3. Teléfono _____
4. Nombre de la empresa _____
5. Dirección _____
6. Tiempo de funcionamiento: _____
7. Pertenece a algún tipo de asociación / desde cuándo: Si ___/_____ No___

8. Carácter de la empresa:

- Transporte _____
- Hospedaje _____
- Restaurante _____
- Venta de artesanías _____
- Agencia de viaje _____
- De servicios y actividades culturales _____

9. Servicios y productos que se ofrecen:

10. ¿Cuál es su actividad principal, la que le genera mayores niveles de ingreso?

11. Mencione la temporalidad de su empresa:

Temporada alta _____

Temporada baja _____

12. Especifique el valor de sus ingresos mensuales provenientes del ejercicio de la actividad (Producción): \$ _____

13. Especifique el valor del consumo intermedio de la actividad: \$ _____

14. Valor Agregado Bruto (Valor total de la producción - consumo intermedio) = \$ _____

15. Horario de atención: _____

16. Número de empleados:

Permanentes: _____ # de Hombres: _____ # de mujeres: _____

Temporales: _____ # de Hombres: _____ # de mujeres: _____

Especificar temporada (mes/es del año):

17. Tipo de remuneración:

Salario fijo: _____ Valor de la remuneración: \$ _____

Por horas: _____ # de horas: _____ Valor de la remuneración: \$ _____

18. Tipo de vinculación: Formal _____ Informal _____

19. Formación bruta de capital fijo (\$ inversión en activos fijos): \$ _____

20. Servicios disponibles para el desarrollo de la actividad:

Servicios básicos

___ Agua potable

___ Energía eléctrica

___ Combustible

___ Teléfono

___ Fax

___ Seguridad

___ Salud

___ Otros _____

Otros servicios turísticos

___ Guías

___ Información turística

___ Alquiler de equipo

___ Alquiler de vehículos

___ Alquiler de botes

___ Alquiler de caballos

___ Transporte turístico

___ Otros _____

21. Cantidad de turistas promedio que recibe al mes: _____

22. Los visitantes provienen mayoritariamente de:

23. Percepción del turismo actual (comparación con otros años):

Ha mejorado _____

Se ha mantenido _____

Ha empeorado _____

Sección para prestadores de servicios turísticos específicos:

HOTELES

1. TIPO DE ALOJAMIENTO

_____ Hotel

_____ Apartahotel

_____ Cabañas

_____ Casa de huéspedes

_____ Pensiones

_____ Albergue Rural

_____ Campamento

_____ Otro ¿Cuál? _____

2. Número total de habitaciones: _____ Con baño _____ Sin baño _____

Individuales # _____ \$ _____

Dobles # _____ \$ _____

Triples # _____ \$ _____

Otras # _____ \$ _____

3. Servicio en las habitaciones:

_____ Teléfono

_____ Internet

_____ T.V

_____ Radio

_____ Mini-bar

_____ Caja fuerte

_____ Aire acondicionado

_____ Otros

4. Porcentaje de ocupación anual: _____

5. Estadía media de huéspedes:

- ___ 1 noche
- ___ 2 noches
- ___ 3 a 6 noches
- ___ 7 o más noches

6. Procedencia de los huéspedes en porcentajes:

Extranjeros ___ Especificar Lugar: _____

Nacionales ___ Especificar Lugar: _____

7. Precios/habitaciones:

	Con baño	Sin baño
Individuales	\$ _____	\$ _____
Dobles	\$ _____	\$ _____
Triples	\$ _____	\$ _____
Otras	_____	_____

RESTAURANTES

1. TIPO DE RESTAURANTES

- ___ Restaurante de especialidades
- ___ Restaurante con platos regionales
- ___ Restaurante Bar
- ___ Restaurante, cafetería, heladería
- ___ Otro ¿Cuál? _____

2. Número de mesas: _____

3. Capacidad del establecimiento: _____

4. Tipo de clientes:

- ___ Turistas _____
- ___ Público en general % _____

5. Valor promedio de los platos: \$ _____

AGENCIAS DE VIAJE

1. Los empleados se encuentran capacitados o formados en el área turística:

- ___ Si # _____
- ___ No # _____

2. Descripción de los paquetes turísticos ofrecidos (Rutas, días de duración, actividades, etc):

3. Servicios incluidos en el Tour:

4. Valor de los paquetes turísticos: \$ _____

5. Adquisición de los paquetes:

% de ventas de paquetes a destinos internos _____

% de ventas de paquetes a destinos externos _____

6. Forma de promoción y publicidad que utiliza la agencia para ofrecer los servicios:

____ Propaganda por televisión

____ Propaganda por radio

____ Publicidad escrita en revistas, folletos, vallas

____ Otra _____

7. Cuáles son los productos turísticos más vendidos:

Agradecemos su valiosa colaboración.

EQUIPO DE TRABAJO

Objetivo: Crear las condiciones organizativas a través de la creación y capacitación del equipo de trabajo para el desarrollo y mejoramiento de la propuesta inicial sobre la estructuración de un sistema de información que contemple la medición de la demanda y oferta de un destino turístico en los períodos de análisis propuestos.

1. **Creación del equipo de trabajo:** El equipo de trabajo deberá formarse teniendo en cuenta su capacidad y calidad técnica. Las personas a cargo de la investigación y el análisis de la información final tendrán que estar sensibilizadas con la tarea a desempeñar y asumirla con responsabilidad. Serán personas profesionales con

carreras afines al proyecto (Economistas, administradores, estadistas, matemáticos, ingenieros de sistemas, estudiantes de las carreras mencionadas en curso).

2. **Capacitación del equipo de trabajo:** Con esta actividad se espera que todas las personas que participen en el levantamiento de datos y el procesamiento conozcan con claridad los objetivos del estudio, el diseño de muestreo, las variables a analizar, las técnicas de obtención de datos y su procesamiento. El equipo deberá adquirir todas las capacidades requeridas para alcanzar los objetivos finales, se debe garantizar que los miembros del equipo estén familiarizados con el objeto y el procedimiento, esto es de utilidad para que se puedan resolver situaciones no previstas en el diseño, cuya aparición en campo o en el procesamiento de datos es muy común. Se deben brindar capacitaciones previas para que todos los miembros adquieran conocimiento sobre el tema y lo socialicen con los sujetos de estudio (turistas y prestadores de servicios turísticos.). Nótese que se habla tanto de levantamiento de datos como de su procesamiento, porque se espera que en ambas actividades participen las mismas personas, con la finalidad de garantizar mayor calidad de datos.

Durante la capacitación debe hacerse énfasis en el correcto uso de las técnicas de obtención de datos y particularmente en las referidas a la aplicación del cuestionario, al finalizar dicho proceso de capacitación se hará una prueba de homogeneidad de registro de datos, que consiste en comparar los resultados de aplicar un cuestionario Cuando las respuestas o mediciones sean iguales o semejantes entre los integrantes del equipo y el supervisor, se podrá considerar que la calidad de registro de datos es adecuada y confiable.

3. **Definición de los períodos de análisis:** En esta etapa se deben determinar los períodos futuros a analizar por parte del equipo de trabajo creado. Una vez establecidas las condiciones para la implementación del sistema de información municipal en periodo de tiempo estimado de 6 meses, los resultados obtenidos posteriormente se presentaran de forma semestral, sin embargo, en el compendio estadístico se tendrá información desglosada por meses.
4. **Convenios:** Las personas o instituciones que deben vincularse mediante la realización de convenios a la ejecución de la presente propuesta a nivel del municipio para apoyar al equipo de trabajo dada su afinidad con el tema y que deberían, de igual forma, responsabilizarse con el desarrollo del procesos para la obtención de información son:
 - **Universidad de Nariño: Estudiantes, profesores, directivos, CEDRE.**
 - **Alcaldía Municipal, especialmente la Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad así como la Subsecretaria de Fomento y de Turismo.**
 - **Gobernación de Nariño (Oficina de turismo)**
 - **Policía de Turismo**
 - **Universidades e instituciones interesadas en participar del proceso: Universidad Mariana y el SENA.**
 - **Prestadores de servicios turísticos en el municipio (Personal de los hoteles, restaurantes, agencias de viaje, centros recreacionales, deportivos y culturales).**
 - **Terminal de transportes**

- **Oficina de Migración**
- **Cámara de Comercio, Departamento de Promoción y Desarrollo – PROEXPORT COLOMBIA.**
- **Secretaria de tránsito y transporte.**
- **COTELCO como única asociación de hoteles en el municipio que además cuenta con un sistema de información estadística básica a disponibilidad de sus asociados.**
- **DANE como institución que tiene experiencia en el manejo de estadísticas y el levantamiento de información.**

Las instituciones mencionadas están comprometidas con el desarrollo regional y velan por el cumplimiento de sus funciones, objetivos y metas como base para alcanzar el progreso del municipio, por eso se plantea la importancia de su participación en la propuesta, son entidades que cuentan con los recursos no solo económicos sino de talento humano capacitado para desempeñar este tipo de labor.

Se destaca la importancia de contratar, por parte del municipio, los servicios del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y del CEDRE (Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial de la Universidad de Nariño) dada su responsabilidad, experiencia, manejo de conceptos, procesos investigativos, desarrollo de procedimientos pertinentes, planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales regionales de manera confiable.

ESTRUCTURACION DEL EQUIPO DE TRABAJO

Al integrar los equipos de trabajo en campo es muy importante que se definan las responsabilidades de cada integrante. Es necesario que cada grupo cuente con un supervisor o líder. Este tendrá la responsabilidad de asegurar el cumplimiento de las actividades programadas, proveer los materiales necesarios, resolver situaciones no previstas en el diseño y revisar la calidad de las informaciones recabadas en las fechas establecidas. Cada uno de los demás miembros será responsable de tener siempre los materiales y equipos individuales de trabajo, recabar la información con calidad y apoyar al líder en la revisión del registro de datos.

Profesionales: Para la organización del sistema de información estadística del turismo en el municipio de Pasto se requiere contar con un grupo de profesionales que estructuren el equipo de trabajo. En base a que la presente propuesta surge de la Alcaldía municipal, específicamente de la Secretaria De Desarrollo Económico y Competitividad resulta fundamental que los niveles directivos de la entidad sean los encargados de aprobar los procesos establecidos, es por esta razón que al iniciar las actividades debe ser la Secretaria en mención quien conforme el equipo de trabajo que montara el sistema de información y el equipo que posteriormente se encargara de alimentarlo.

Se recomienda que el equipo este integrado por funcionarios de la institución y por consultores externos, la formación del equipo de trabajo será interdisciplinaria contando con los siguientes profesionales:

- **Representante de la secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad**
- **Estadístico**

- **Geógrafo**
- **Economista**
- **Ingenieros de sistemas**
- **Administrador turístico**
- **Profesional Marketing Turístico**

De los anteriores profesionales se recomienda que el coordinador general del proyecto sea el ECONOMISTA, quien cuenta con la formación y vastos conocimientos sobre el tema enfocado al desarrollo regional y análisis de contextos, sin embargo, la labor no podrá realizarse sin el apoyo pleno de los profesionales con conocimientos y experiencias en las demás áreas.

FUNCIONES DE LOS PROFESIONALES:

- Representante de la secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad:

1. Guiar el cumplimiento de las funciones y el desarrollo eficiente de actividades en el procesos de creación del sistema de información turístico.
2. Vigilar y controlar el procesos con el fin implementar correctivos que garantice el cumplimiento de objetivos y metas.
3. Comunicar e informar al Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad de forma constante el estado actual del proceso.
4. Apoyar de forma activa la construcción del sistema de información turístico.
5. Cumplir con el plan de trabajo estructurado por el equipo.

- Estadístico

1. Revisar la propuesta, especialmente el planteamiento de la metodología, realizar ajustes y proponer las técnicas de análisis, recolección de información y tratamiento que se le dará a los datos.
2. Seleccionar e implementar y adaptar los métodos estadísticos apropiados para el desarrollo de la propuesta; (Precisar las técnicas estadísticas y de investigación para la obtención de cifras).
3. Definir las etapas o fases que deben ser coherentes entre sí para construir el sistema de información estadística. Las preguntas, el problema, las hipótesis, selección de método, definición y medición de las variables, diseño (selección de muestras), el análisis de datos y la interpretación y valoración de resultados (el informe).
4. Garantizar la comprensión de los métodos de análisis de datos y su aplicación creativa a los integrantes del equipo.
5. Planificar, diseñar y realizar un estudio estadístico del sector turístico en Pasto en base a la información encontrada.
6. Cumplir con el plan de trabajo, servir de apoyo y cumplir con las actividades asignadas en el plan de trabajo realizado por el equipo de trabajo

- **Geógrafo:**

1. Realizar la zonificación ecológica - económica del municipio de Pasto
2. Estudiar la distribución espacial de la población municipal
3. Diseñar los Planes de movilidad, transporte y logística que requiere la ejecución de la propuesta
4. Demarcar el territorio o las zonas que serán objeto de estudio (realizar la planificación los espacios Urbanos y Rurales en los que se trabajara).
5. Estructurar un mapa o croquis geográfico que organice los procesos de recolección de la información por sectores.
6. Realizar estudio, Inventario y Gestión del Patrimonio Cultural en colaboración con la secretaria de turismo.
7. Analizar los impactos de la actividad turística en el paisaje municipal
8. Contribuir y apoyar la planificación y promoción turística del municipio
9. Cumplir con el plan de trabajo, servir de apoyo y cumplir con las actividades asignadas en el plan de trabajo realizado por el equipo de trabajo

- **Economista**

1. Dirigir al equipo interdisciplinario de trabajo para lograr con éxito el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo eficiente de la propuesta.
2. Ejecutar la planeación del proceso de creación del sistema de información turística en Pasto.
3. Analizar, investigar y comprender la problemática socioeconómica de la población vinculada al sector turismo en la región.
4. Planear, analizar e investigar la actividad turística en el municipio de Pasto (Analizar el entorno macro y microeconómico en el que se desenvuelven las empresas y la demanda turística)
5. Interpretar la información y las cifras obtenidas en el procesos de alimentación del sistema de información
6. Proponer soluciones, planes, políticas y proyectos que conduzcan a transformar y mejorar el desarrollo económico y social de la región, bajo la perspectiva del desarrollo sostenible que garantice el cuidado del medio ambiente a nivel municipal.
7. Cumplir con el plan de trabajo, apoyar de forma directa al equipo de trabajo

- **Ingenieros de sistemas**

1. Aportará sus conocimientos, habilidades y destrezas en la ciencia de la computación y sus tecnologías asociadas, que son: de hardware, de software y de comunicaciones, fundamentales para la construcción de sistemas de información.
2. Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades realizadas por el grupo de investigación, que busca crear, diseñar, elaborar el sistema de información municipal.
3. Responsabilizarse de todos los asuntos informáticos del proyecto y de la infraestructura tecnológica y técnica que se utilizara.
4. Analizar, diseñar, programas, operar y controlar el sistema de información.
5. Coordinar un adecuado mantenimiento y renovación de equipos, así como del sistema de base de datos.

6. Ofrecer soluciones informáticas para una adecuada implementación y manejo del sistema de información.
7. Cumplir con el plan de trabajo, servir de apoyo y cumplir con las actividades asignadas en el plan de trabajo realizado por el equipo de trabajo

- **Administrador turístico**

1. Aporta los conocimientos teóricos y prácticos en materia turística para la creación del sistema de información del sector turismo.
2. Analizar y evaluar el Sistema Turístico Municipal como a las empresas del Sector estudiando los efectos socioculturales y económicos que generan sus actividades en la región.
3. Contribuir al desarrollo de la actividad turística municipal proponiendo alternativas que potencien los recursos naturales, históricos, culturales y de identidad nacional (Se encargara de todo lo relacionado a la promoción y planeación turística).
4. Evaluar la calidad de productos y servicios turísticos ofrecidos en el municipio.
5. Analizar la tendencia y evolución del mercado turístico local frente al nacional.
6. Cumplir con el plan de trabajo, servir de apoyo y cumplir con las actividades asignadas en el plan de trabajo realizado por el equipo de trabajo

- **Profesional Marketing Turístico**

1. Coordinar campañas promocionales de la actividad turística del municipio de Pasto.
2. Investigar y diseñar nuevos productos turísticos de interés nacional e internacional
3. Diseña estrategias para ganar reconocimiento turístico de la región
4. Adelantar iniciativas y desarrollar proyectos turísticos que reactiven la economía del municipio y procuren una vida con calidad para sus habitantes
5. Se encargara del manejo de las relaciones públicas coordinando actividades de comercialización y promoción turística.
6. Cumplir con el plan de trabajo, servir de apoyo y cumplir con las actividades asignadas en el plan de trabajo realizado por el equipo de trabajo

El equipo de trabajo en su conjunto debe determinar las herramientas metodológicas que se van a utilizar para el levantamiento y/o diseño de los procesos, indicando si se deben utilizar las encuestas, formularios, entrevistas u otro tipo de instrumentos diferentes a los planteados o los mismos realizándoles los ajustes pertinentes para recolectar la información necesaria.

Finalmente es responsabilidad de todo el equipo de trabajo llevar a cabo los procesos de capacitación a la población involucrada dados sus conocimientos en el área, debe cumplir con las siguientes funciones:

1. Definir actividades de capacitación (cursos, seminarios, conferencias virtuales, talleres y otros)
2. Estructurar actividades de publicaciones y distribución de material informativo
3. Realizar campañas de sensibilización social y estrategias regionales

La participación del equipo de trabajo deberá ser activa en cada uno de las siguientes etapas:

Grafica N° 20. Proceso de capacitación.



Para determinar los costos, se estima que el montaje inicial del sistema de información se realizara en un periodo de 6 meses que requieren ser costeados en base al pago de honorarios de la siguiente manera:

Tabla N° 36. Tabla de costo del personal que conforma el equipo de trabajo.

PROFESIONAL	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
- Representante: secretaria	1	6 meses	1.200.000	7.200.000
- Estadístico	1	6 meses	1.311.362	7.868.172
- Geógrafo	1	6 meses	1.202.589	7.215.534
- Economista	1	6 meses	1.286.931	7.721.586
- Ingeniero de Sistemas	1	6 meses	1.638.693	9.832.158
- Administrador Turístico	1	6 meses	1.276.648	7.659.888
- Profesional marketing turístico	1	6 meses	1.216.463	7.298.778
- Encuestadores	15	2 meses	400.000	12.000.000
TOTAL	6		9.532.686	66.796.116

Fuente: Esta Investigación en base a datos calculadora de salarios de Finanzas Personales.

Tabla N° 37. Estrategias para la construcción de un sistema de información turística en el municipio de Pasto.

OBJETIVO	Nº	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RECURSOS REQUERIDOS	RESPONSABLES
Diseñar las bases para un sistema de información estadística del sector turístico en el municipio de Pasto que contemple el levantamiento de información detallada, consistente, oportuna y	1	Estructurar el equipo de trabajo	<ol style="list-style-type: none"> Definir los participantes que se comprometan con el desarrollo de la propuesta (Grupo de profesionales). Puntualizar funciones Establecer la estructura organizacional del grupo conformado. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiempo Recursos humanos Recursos monetarios Papelería Internet Auditorio Medios audiovisuales 	Equipo de trabajo de la Secretaria de Desarrollo Económico y la Subsecretaria de Turismo.
	2	Definir la propuesta final.	<ol style="list-style-type: none"> Revisar la propuesta y fortalecer cada uno de sus aspectos según sea necesario. Definir objetivos y metas. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiempo Recursos humanos Recursos monetarios Papelería Internet 	Equipo de trabajo estructurado.

representativa de la actividad, con el fin de realizar un seguimiento que facilite la formulación, evaluación y coordinación de políticas dirigidas al fortalecimiento del sector.	3	Identificar los involucrados para la realización de los convenios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las instituciones interesadas. 2. Contactarlas y extender la invitación al evento de socialización. 3. Socializar la propuesta. 4. Definir convenios 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios - Papelería - Internet - Teléfono/celular - Auditorio - Medios audiovisuales 	Equipo de trabajo estructurado.
	4	Identificar a los prestadores de servicios turísticos directos con los que se trabajara.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consulta de los registros de Cámara de Comercio para identificar el número de establecimientos y los propietarios. 2. Definir la población con la que se va a trabajar. 3. Crear una base de datos con información básica de todos ellos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios - Papelería - Internet 	Equipo de trabajo estructurado.

	<p>5. Definir los instrumentos de trabajo y su contenido.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar los instrumentos propuestos al equipo de trabajo para trabajarlos en concertación con ellos. 2. Realizar ajustes a los formatos en la medida en que se presenten modificaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios - Papelería - Internet 	<p>Equipo de trabajo estructurado.</p>
	<p>6 Capacitar a los prestadores de servicios turísticos directos con los que se trabajara la propuesta.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informarse y adquirir el conocimiento necesario sobre el tema por parte de todo el equipo de trabajo. 2. Definir la temática a trabajar en cada una de las sesiones de capacitación. 3. Diseñar las herramientas pedagógicas para la apropiación de los conocimientos y el incentivo a la 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios. - Papelería - Internet - Auditorio - Medios audiovisuales - Folletos - Teléfono/celular 	<p>Equipo de trabajo estructurado.</p>

		colaboración con la propuesta.		
		4. Citar a las personas identificadas.		
		5. Realizar la capacitación pertinente y desarrollar el plan de trabajo diseñado.		
7	Formulan un plan de trabajo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir un cronograma de actividades. 1. Establecer actividades prioritarias 2. Fijar fechas y tiempo estimado para su realización. 3. Definir los encargados. 4. Estimar el presupuesto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios. - Papelería - Internet 	Equipo de trabajo estructurado.
8	Iniciar todo el proceso y cumplir con el plan de trabajo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar el plan de trabajo 2. Fijar fecha de inicio 3. Ejecutar cada una de Las actividades propuestas en el orden establecido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios. - Papelería - Internet - Teléfono/celular 	Equipo de trabajo estructurado.

9	Realizar permanentemente procesos de seguimiento y control.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pedir informes y rendición de cuentas periódicamente de los procesos y actividades a cada responsable. 2. Crear espacios de discusión permanente sobre los avances de la propuesta con el fin de solucionar inquietudes y las posibles dificultades encontradas. 3. Ajustar y direccionar cada proceso hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Recursos humanos - Recursos monetarios. - Papelería - Internet - Teléfono/celular 	Equipo de trabajo estructurado.
---	---	--	---	---------------------------------

Fuente: Esta investigación.

Tabla Nº 38. Medición de las variables de oferta y demanda turística. Municipio de Pasto.

	VARIABLE	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO	PERIODEICIDAD	RESPONSABLES PROPUESTOS
DEMANDA TURÍSTICA	Volumen turístico	Turistas locales, nacionales y extranjeros.	Encuestas.	Diarias (por llegada)	Terminal de transportes. Prestadores de servicios de alojamiento.
	Gasto turístico	Turistas locales, nacionales y extranjeros.	Encuestas.	Diarias (por llegada)	Terminal de transportes. Prestadores de servicios de alojamiento.
OFERTA TURÍSTICA	Número de establecimientos: - Hoteles - Restaurantes - Empresas de transporte de pasajeros - Agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo - Empresas que ofrecen servicios culturales - Empresas que ofrecen servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento	Fuentes secundarias (publicaciones realizadas por otras instituciones municipales)	Consulta del registro comercial ante cámara de comercio de Pasto. (Jurisdicción municipal).	Semestralmente	Equipo de trabajo estructurado para el proyecto con ayuda de la Cámara de comercio de Pasto, personal de la subsecretaría de Turismo de Pasto, CEDRE.
	<ul style="list-style-type: none"> • Producción • Consumo intermedio • Ingresos por actividad • Valor Agregado Bruto • Remuneración a los trabajadores • Impuestos indirectos • Formación bruta de capital fijo • Hoteles y los establecimientos 	Prestadores de los servicios turísticos (Sector hotelero, alimentos y bebidas, transporte público y privado, agencias de viaje, servicios culturales, servicios	Encuestas. Consulta del formato de registro de actividades diarias de los establecimientos.	Semestralmente	Equipo de trabajo estructurado para el proyecto con ayuda de la Cámara de comercio de Pasto, personal de la subsecretaría de Turismo de Pasto, CEDRE y las entidades con las que se

	similares: número de habitaciones, número de camas, tasa de ocupación por plaza y por cama, ingresos obtenidos por habitación disponible	recreativos)			realizaron convenios.
	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes: Número de mesas, tipo de clientes, ingresos mensuales por turismo. • Agencias de viaje: Descripción de los paquetes, servicios incluidos, precios, mayores ventas. 				
	Empleo	Prestadores de los servicios turísticos	Encuestas. Consulta investigaciones y publicaciones por otras entidades.	Semestralmente	Equipo de trabajo estructurado para el proyecto con ayuda de las instituciones con las que se tienen convenios especialmente el CEDRE.
Ingreso Turístico Global y aporte al PIB municipal del sector y Turismo.	Base de datos construida después de obtener la información necesaria de las encuestas y consultas.	Cálculos obtenidos después de organizar y tabular la información recolectada	Semestralmente	Equipo de trabajo estructurado para el proyecto con ayuda de las instituciones con las que se tienen convenios especialmente el CEDRE.	

Fuente: Esta investigación.

CUENTA SATELITE DEL TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE PASTO

La construcción de la Cuenta Satélite del Turismo permite contar con el marco conceptual y la estructura orgánica para la construcción de las estadísticas de turismo dentro del sector. Se centra en la descripción y medición del turismo en sus diferentes formas receptor, interno y emisor) y pone de manifiesto la relación entre el consumo de los visitantes con la oferta de bienes y servicios en la economía, especialmente de las industrias turísticas.

La CST es un instrumento que de aplicarse al municipio de Pasto le permitiría conocer los hechos singulares característicos del turismo desde una perspectiva macroeconómica. La creación de una Cuenta Satélite de Turismo, según la OMT, se consideró relevante por varias razones fundamentales:

- Es un instrumento que reconoce que el turismo desborda muchos productos y actividades productivas, facilitando así una mejor comprensión de los vínculos del turismo con otros sectores económicos.
- Se convierte en un vínculo estructural con el Sistema de Cuentas Nacionales, la balanza de pagos, las estadísticas del comercio internacional de servicios y con otros marcos macroeconómicos.
- Es un método y marco para una recopilación general de los datos turísticos relacionados fundamentalmente con la oferta de las industrias turísticas y de otras industrias, y con la demanda de los visitantes y otros tipos de variables relacionadas, en particular las que tiene que ver con la caracterización de los visitantes, los viajes turísticos y el empleo en las industrias turísticas.
- Se constituye en el único marco que permite agrupar de forma apropiada el producto interior bruto (PIB) turístico considerado como el macroagregado fundamental para caracterizar la magnitud del turismo, entre otros agregados.
- Se toma como referencia futuros desarrollos estadísticos y estudios económicos sobre el turismo.

Mediante la implementación de este instrumento se puede estimar el PIB turístico, establecer la contribución real del sector a la economía de referencia ya sea regional o nacional, en este caso, a la economía del municipio de Pasto, a través del análisis desde la perspectiva de los visitantes a través de su actividad de consumo, y desde la perspectiva de la oferta de bienes y servicios de todas las industrias (fundamentalmente, las industrias turísticas).

Este instrumento incluye un grupo de 10 tablas interrelacionadas, que guardan que presentan la siguiente informacion:

- Las diferentes categorías de consumo de los visitantes asociadas con las diferentes formas de turismo (tablas 1 a 4)
- La producción de las industrias turísticas y las otras industrias que generan productos característicos del turismo, productos ligados al turismo (tablas 5 y 6).
- El empleo en las industrias turísticas (tabla 7)
- Formación bruta de capital fijo turística (tabla 8)
- Los gastos administrativos de las administraciones públicas asociados con el apoyo al turismo y su control (consumo colectivo turístico, tabla 9)
- Algunos indicadores no monetarios importantes (tabla 10) para apoyar los análisis de los datos económicos contenidos en las tablas 1 a 9.

Para la construcción de la CST del turismo en el municipio de Pasto, se requiere de antemando contar con informacion concerniente a:

1. Produccion Bruta del sector Turismo.
2. Consumo intermedio del sector Turismo
3. Valor Agregado del sector Turismo
4. Remuneración al trabajo del sector Turismo
5. Impues indirectos del sector Turismo
6. Excedente bruto de explotación del sector Turismo

Por lo anterior, para la utilizacion de este instrumento de analisis se necesita que el municipio ya tenga un registro estadistico de la actividad, por lo cual, el primer paso es recolectar la informacion necesaria con la que en el mediano plazo se pueda construir la CST municipal.

SECRETARIA DE TURISMO

En el municipio de Pasto, la Subsecretaria de Turismo como dependencia de la Secretaria de Desarrollo Economico y Competitividad de la Alcaldia, tiene a su cargo establecer politicas y programas enfocados al fortalecimiento de la actividad turistica asi como tambien velar por el cuidado de los recursos turisticos existentes; sin embargo, ante la magnitud e importancia ganada por el sector Turismo en las economias nacionales y regionales, se hace necesario estructurar una SECRETARIA DE TURISMO que tenga mayor reconocimiento ante la administracion municipal esto con el proposito de que desarrolle y cumpla con mayor numero de funciones contando para ello con una asignacion presupuestaria especifica que le permita cumplir con sus planes de trabajo.

OBJETIVO:

Crear una entidad administrativa que se encargue de ejecutar las políticas en materia turística formuladas por la Alcaldía, orientadas a la promoción y fomento del desarrollo turístico del Municipio de Pasto, de acuerdo con el plan de desarrollo municipal, y articulando las políticas sectoriales y nacionales para el posicionamiento de Pasto como destino turístico sostenible, generador de fuentes de ingreso y de beneficios para la población local.

FUNCIONES:

El objeto de la secretaria de Turismo es la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Municipio como destino turístico sostenible y tendrá las siguientes funciones básicas:

- Establecer las políticas y programas generales en materia de desarrollo, promoción y fomento turístico.
- Promover la adopción de medidas encaminadas al incentivo de la actividad turística, incluyendo el establecimiento de parques y zonas turísticas.
- Orientar, regular y estimular las medidas de protección al turismo en el municipio de Pasto y vigilar su cumplimiento, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración municipal y con las autoridades regionales.
- Promover y facilitar la afluencia turística al municipio desde otros estados del país y desde el exterior.
- Formular y difundir la información oficial en materia de turismo; y coordinar la publicidad que en esta materia efectúen las entidades de la Administración Pública del municipio.
- Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la infraestructura turística de la ciudad y estimular la participación de los sectores sociales público y privado.
- Ofrecer orientación e información turística mediante un centro de atención al turista.
- Asistencia mecánica en las principales carreteras del país, de radio comunicación de emergencia, auxilio en caso de accidentes y auxilio a la población en general en casos de desastre.
- Llevar un registro o crear un centro de documentación que contenga un cúmulo bibliográfico especializado en turismo.
- Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística municipal.
- Promover, en coordinación con las entidades municipales, las zonas de desarrollo turístico regional.

- Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes.
- Autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos, previamente registrados, en los términos que establezcan las leyes y reglamentos.
- Fijar y en su caso, modificar las categorías de los prestadores de servicios turísticos por ramas.
- Levantar información de la actividad turística (oferta y demanda turística), organizarla y analizarla para finalmente socializarla al municipio y a las personas interesadas.
- Llevar la estadística en materia de turismo, de acuerdo con las disposiciones que establezca la organización mundial de turismo (OMT) de forma permanente y oportuna.
- Estimular la formación de asociaciones y comités de carácter público, privado o mixto, de naturaleza turística
- Promover y facilitar el intercambio y desarrollo turístico en el exterior del municipio, en coordinación con el gobierno municipal.
- Promover, coordinar y, en su caso, organizar los espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folklóricos de carácter oficial, para atracción turística

VISION:

La secretaria de turismo deberá contar con una visión que esté acorde a la razón de su creación y sus funciones:

En el año 2020, el Municipio de Pasto será una región líder en la actividad turística. Para lograrlo, la estrategia del gobierno municipal se propone:

- Reconocer al turismo como pieza clave del desarrollo económico del municipio de Pasto.
- Diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados.
- Impulsar a las empresas turísticas a ser competitivas a nivel regional, nacional e internacional.
- Desarrollar el turismo respetando los entornos naturales, culturales y sociales.
- Contar con información detallada y actualizada de la industria turística en una base de datos estadística del sector.

MISION

Para poder alcanzar la visión propuesta para la secretaria de turismo, esta debe realizar un trabajo conjunto con los distintos actores de la actividad, que deberá estar orientado por el Sector Turismo de la Administración Pública Municipal para lo cual se plantea la siguiente Misión:

“Conducir el desarrollo turístico municipal, mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y niveles de gobierno así como también mediante la unificación de esfuerzos del sector público y privado”.

RÉGIMEN DE PERSONAL.

Para todos los efectos legales las personas vinculadas a la Planta de Personal de la Secretaría de Turismo tienen el carácter de empleados públicos.

Los empleos de la Secretaría de Turismo del Municipio de Pasto son de carrera administrativa con excepción de los de libre nombramiento y remoción que determinen las normas legales vigentes.

PRESUPUESTO

El presupuesto de la Secretaría de Turismo se sujetará, en lo relativo a su elaboración, tramitación, aprobación y ejecución, a las normas del Estatuto Orgánico de Presupuesto del Municipio de Pasto y en su defecto a las normas orgánicas del presupuesto departamental y nacional.

La continuidad de la Secretaría de Turismo estará sujeta a la disponibilidad de fondos al término de los dos primeros años de su funcionamiento efectivo.

SECRETARIO(A) DE TURISMO

El secretario(a) será el representante legal de la Secretaría de Turismo. Su cargo es de libre nombramiento y remoción, y será designado por el Alcalde.

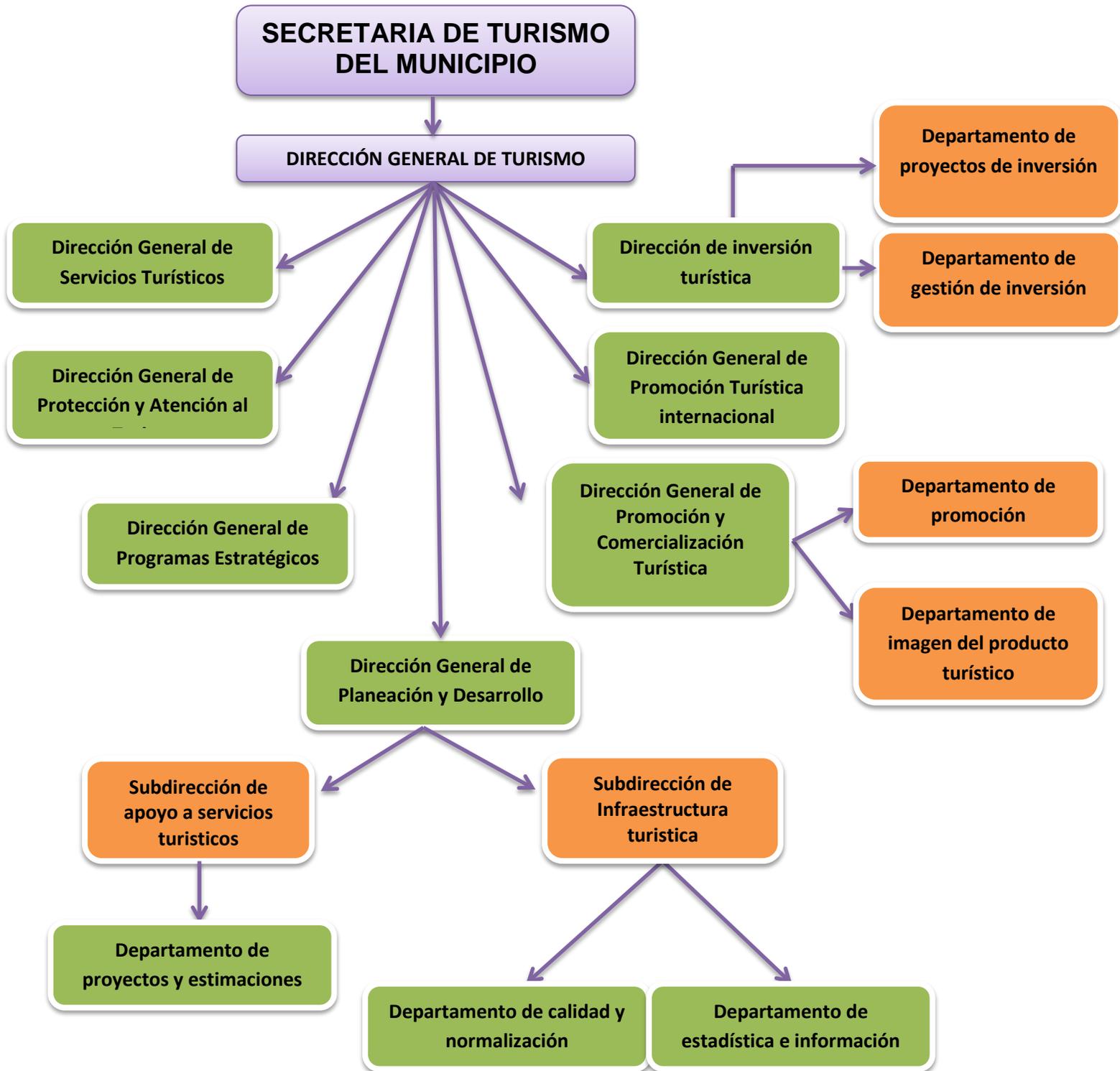
NATURALEZA JURÍDICA:

La secretaria será un establecimiento público del orden municipal, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio, adscrito a la Alcaldía del municipio de Pasto a fin de dar cumplimiento y apoyo a sus planes y proyectos en materia turística.

ESTRUCTURA ORGANICA

- Secretario de Turismo del Municipio
- Dirección General de Turismo
- Dirección General de Programas Estratégicos
- Dirección General de Servicios Turísticos
- Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico
- Dirección General de Promoción y Comercialización Turística
- Dirección General de Promoción Turística Internacional.
- Dirección General de Protección y Atención al Turista.
- Dirección de inversión Turística

Grafica N° 21. Organigrama propuesto para la secretaria.



Fuente: Esta Investigación

OBJETIVO 4

INFORME ESTADÍSTICO CON LOS DATOS EXISTENTES PARA ALGUNAS VARIABLES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE PASTO.

En el municipio de Pasto las estadísticas existentes para el sector turístico son limitadas e insuficientes para brindar una visión de la situación real del sector dentro de la economía regional. No obstante, algunas de las instituciones vinculadas a la actividad (especialmente subsecretaría de turismo, policía metropolitana de turismo, oficina de turismo) cuentan con algún tipo de información con la que trabajan y toman sus decisiones.

Es importante destacar, que la información recolectada de estas entidades no es continua a lo largo de los años, algunas de los datos sólo se recolectan para las temporadas turísticas altas que corresponden a dos periodos específicos en el año: la celebración de los Carnavales de Negros y Blancos y en Semana Santa.

Los datos encontrados referentes al turismo municipal se resumen en las siguientes tablas:

Tabla N° 39. Prestadores de servicios turísticos de Pasto. A diciembre del 2011.

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO CON RNT	No.	%
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	173	77.57
Agencias de viajes y turismo	26	11.65
Guías de turismo	11	4.93
Agencias de viajes operadora	9	4.03
Empresas de transporte terrestre	3	1.34
Oficina de representación turística	1	0.44
TOTAL	223	100

Fuente: Registro Nacional de Turismo. Marzo 2012

La información anteriormente presentada corresponde al año 2011, da cuenta del número de prestadores de servicios turísticos representativos en el municipio de Pasto, como se ve las empresas que ofrecen servicios de alojamiento y hospedaje son las más numerosas y tienen una importancia porcentual del 77,57%, cifra que supera significativamente al resto de actividades; la segunda actividad que sobresale en el municipio por su número de establecimientos son las agencias de viaje, con una cifra de 26 empresas equivalentes a una participación del 11.65% sobre el total.

A continuación se hace un listado de los 173 establecimientos hoteleros y las 26 agencias de viaje encontradas en el municipio de Pasto:

Tabla N° 40. Hoteles. Ciudad de Pasto.

N°	NOMBRE HOTEL	N°	NOMBRE HOTEL	N°	NOMBRE HOTEL
1	ACAPULCO PLAZAS ANDRADE	58	EXITO PLAZA	116	NUEVO HORIZONTE
2	AGUALONGO	59	FANTASIA	117	OMEGA
3	AICA	60	FERNANDO PLAZA	118	ORIENTAL PASTO
4	ALEJANDRA PASTO N	61	FRONTERAS	119	ORO VERDE
5	AMERICANA	62	GALERAS	120	ORO'S
6	ANDINO LA 16	63	GALERAS STAR	121	PALERMO SUITE
7	APARTA HOTEL JOSE VICENTE	64	GALERIAS	122	PANAMERICANO DEL SUR
8	ARISTON	65	GAVIOTAS NARIÑO	123	PANORAMA CENTER
9	ATAHUALPA	66	GRAN TERMINAL	124	PAOLA
10	ATENAS	67	GRECIA	125	PARAISO DEL SUR
11	AURA MARIA	68	HILTON PASTO	126	PASTO PLAZA
12	AZUL CELESTE	69	HOTEL DEL LLANO PASTO	127	PREMIER
13	BAHAMAS	70	HOTEL DEL PARQUE BOLIVAR DE PASTO	128	PUNTO BLANCO
14	BAHIA STAR	71	HOTEL RESTAURANTE SAWIN	129	REAL CONFORT
15	BALCON DE LUNA NARIÑO	72	IDEAL CLASS	130	RECUERDO REAL
16	BELLAVISTA CENTRO	73	ILUSIONES DE PASTO	131	REY AMERICAN
17	BELLO SOL	74	IMPERIAL PASTO	132	REY DEL SUR
18	BERLIN	75	INTY CHAYA	133	RIO MAYO
19	BOLIVAR PLAZA PASTO	76	JORDAN	134	ROYAL CENTER PASTO
20	BOLIVAR SENDOYA	77	JUAN SEBASTIAN HOTEL	135	ROYAL PLAZA C Y C
21	BOUTIQUE CASA LOPEZ	78	JUANAMBU	136	SAN AGUSTIN HOTEL DEL PASAJE
22	BUENAVENTURA	79	KALIDAD	137	SAN GABRIEL
23	BULEVAR	80	KISS	138	SAN MIGUEL
24	CALI	81	KOALA INN	139	SAN SEBASTIAN
25	CALIFORNIA PASTO	82	LA MAISON DEL' EJECUTIVO	140	SANTA ANA
26	CALIMA PASTO	83	LAS AVENIDAS	141	SANTA INES
27	CANCHALA	84	LAS BRISAS DEL SUR	142	SANYOWN
28	CAPITOLIO REAL	85	LAS VEGAS PASTO	143	SCALA PASTO
29	CAPRICHOS PASTO	86	LAS VIOLETAS	144	SELLO DORADO
30	CARNAVAL PLAZA	87	LIBANO CENTER	145	SENDOYA
31	CASA MADRIGAL HOTEL	88	LIBERTAD	146	SENEGAL HOTEL
32	CASA REAL	89	LIDER PASTO	147	SENSACION PASTO
33	CASTILLO REAL PASTO	90	LIDO	148	SHARON
34	CELESTE	91	LOFT HOTEL	149	SHILIMAKO PASTO
35	CHAMBU PLAZA	92	LOS ALPES CENTER	150	SINAI
36	CHILE	93	LOS ANDES GMC	151	SOHO
37	CIELO AZUL	94	LOS ANGELES START	152	SOL DE ORIENTE
38	CISNE AZUL WFR	95	LOS DOS AMIGOS	153	SUEÑO REAL DE PASTO

39	COLONIAL FATIMA	96	LOS PINOS	154	SUPER ESTRELLA
40	CONCORD	97	LUNA	155	SUPER STAR
41	CONTINENTAL DEL SUR	98	LUXOR CONFORT	156	SUR ANDINO
42	CRISTAL PASTO	99	LUZ DE LUNA	157	TERRA NOVA
43	CUELLAR'S	100	MADRID PLAZA	158	TITANIC
44	DALMACIA	101	MANHATAN PASTO	159	TORRE DEL BOSQUE
45	DE LAS AMERICAS PASTO	102	MAR AZUL START	160	TORRE IDEAL
46	DIANA PASTO	103	MAR DOL	161	VALLE DE ATRIZ
47	DINASTIA LEAL	104	MARCELLA	162	VEGA
48	DINO	105	MARIA BELEN	163	VENECIA
49	DON JHON	106	MAYASQUER	164	VERSALLES
50	DON SAUL	107	MELO SUR	165	VILLANAR HOTEL
51	DORAL PLAZA	108	METROPOL - PASTO	166	VILLAS DEL RIO
52	EL DORADO PASTO	109	MIRAMAR PASTO	167	VYMAR
53	EL GRAN EDEN	110	MONACO SUR	168	YOPAL
54	EL OASIS STAR	111	MONSERRAT CENTER	169	YURY
55	EL PRADO PASTO	112	MONTE BELLO	170	ZARACAY PLAZA
56	EL SOL	113	MORASURCO	171	ZOROCAN
57	EL VIAJERO	114	NAPOLES SUR	172	PORTAL DEL PACIFICO
		115	NOGAL SUITE	173	LOS ANDES PLAZA

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR

Tabla N° 41. Agencias de Viajes. Municipio de Pasto.

N°	NOMBRE
1	AGENCIA DE VIAJES CIELO Y TIERRA
2	AGENCIA DE VIAJES PROTURNA PROMOCION TURISTICA DE NARINO
3	AGENCIA DE VIAJES TOURMUNDO LTDA
4	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO GUALCALA LIMITADA
5	AMERICAN TOUR S SAN JUAN DE PASTO
6	AVENTURATE POR NARIÑO
7	AVIATUR
8	CAMINO DEL VIENTO TURISMO ECOLOGICO
9	CIA AGENCIA DE VIAJES LA GUANENA LTDA
10	CONFAMILIAR DE NARIÑO
11	CONQUISTAR AGENCIA PROMOTORA DE TURISMO Y EVENTOS
12	ELITURS Y CIA LTDA.
13	EUNICE TRAVEL
14	OPEN CITY TURISMO CULTURAL
15	PASTO TOUR

16	PRONATURS PROMOTORA NARIÑENSE DE TURISMO Y EVENTOS
17	REPRESENTACIONES TURISTICAS AGUALONGO LTDA
18	REPRESENTACIONES TURISTICAS INTERNACIONALES ISOLINA RTII
19	TURISMO ANDINO LTDA. AGENCIA DE VIAJES
20	TURISUR LTDA
21	VENECIA TOURS EU
22	VIAJAR & VOLAR LTDA
23	VIAJES FAJARDO TOURS L ALIANXA LTDA
24	VIAJES PASTO LTDA
25	VIAJES Y TURISMO DE NARINO LTDA
26	WALKT TOUR

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR

Información Ocupación Hotelera En Carnavales 2013

- DATOS INVESTIGADOS: ocupación hotelera de visitantes nacionales y extranjeros, número de habitaciones y número de camas.
- POBLACIÓN CONSULTADA: La policía de turismo municipal y departamental trabaja con los indicadores obtenidos a partir de la información brindada por 138 establecimientos hoteleros de los 173 anteriormente mencionados, estos son:

Tabla N° 42. Hoteles consultados. Pasto.

N°	ESTABLECIMIENTO	N°	ESTABLECIMIENTO	N°	ESTABLECIMIENTO
1	AURA MARIA	47	METROPOL - PASTO	93	KALIDAD
2	MORASURCO	48	ANDINO LA 16	94	LIBERTAD
3	ORO VERDE	49	DE LAS AMERICAS PASTO	95	LOS ANGELES START
4	LA MAISON DEL' EJECUTIVO	50	INTY CHAYA	96	LOS DOS AMIGOS
5	PALERMO SUITE	51	JUANAMBU	97	LOS PINOS
6	TORRE DEL BOSQUE	52	MARIA BELEN	98	PANORAMA CENTER
7	ORO"S	53	MAYASQUER	99	PUNTO BLANCO
8	AGUALONGO	54	PORTAL DEL PACIFICO	100	RECUERDO REAL
9	AMERICANA	55	CAPRICHOS PASTO	101	SUR ANDINO
10	BAHAMAS	56	LAS AVENIDAS	102	TERRA NOVA
11	BOUTIQUE CASA LOPEZ	57	MELO SUR	103	YURY
12	CANCHALA	58	TORRE IDEAL	104	DINASTIA LEAL
13	CARNAVAL PLAZA	59	VEGA	105	CASTILLO REAL

14	CASA MADRIGAL HOTEL	60	CIELO AZUL	106	BUENAVENTURA
15	CHAMBU PLAZA	61	SUEÑO REAL DE PASTO	107	ILUSIONES DE PASTO
16	CONCORD	62	VILLAS DEL RIO	108	LUXOR CONFORT
17	CUELLAR'S	63	MADRID PLAZA	109	MIRAMAR PASTO
18	DINO	64	CHILE	110	PANAMERICANO DEL SUR
19	DON SAUL	65	EL OASIS STAR	111	SAN MIGUEL
20	DORAL PLAZA	66	REAL CONFORT	112	SHARON
21	FERNANDO PLAZA	67	DALMACIA	113	BELLO AMANECER STAR
22	GALERAS	68	TITANIC	114	VALLE DE ATRIZ
23	HOTEL DEL LLANO PASTO	69	BAHIA STAR	115	GALERAS STAR
24	HOTEL RESTAURANTE SAWIN	70	CAPITOLIO REAL	116	GRECIA
25	KOALA INN	71	EXITO PLAZA	117	LAS VEGAS PASTO
26	LOFT HOTEL	72	GRAN TERMINAL	118	LOS ALPES CENTER
27	MANHATAN PASTO	73	HILTON PASTO	119	MONACO SUR
28	MARCELLA	74	LIBANO CENTER	120	SENDOYA
29	NOGAL SUITE	75	LIDER PASTO	121	EL GRAN EDEN
30	PREMIER	76	LIDO	122	ARISTON
31	RIO MAYO	77	MAR DOL	123	MONTE BELLO
32	ROYAL PLAZA C Y C	78	ORIENTAL PASTO	124	APARTAHOTEL VINCENT SUITES
33	SAN SEBASTIAN	79	PAOLA	125	ATAHUALPA
34	SANTA ANA	80	ROYAL CENTER PASTO	126	DIANA PASTO
35	SANTA INES	81	SHILIMAKO PASTO	127	FANTASIA
36	SENEGAL HOTEL	82	SOHO	128	SANYOWN
37	SINAI	83	VENECIA	129	SCALA PASTO
38	VYMAR	84	VILLANAR HOTEL	130	SELLO DORADO
39	ZOROCAN	85	ZARACAY PLAZA	131	SENSACION PASTO
40	LOS ANDES PLAZA	86	EL VIAJERO	132	ALEJANDRA PASTO N
41	GALERIAS	87	BALCON DE LUNA NARIÑO	133	CALIFORNIA PASTO
42	JUAN SEBASTIAN HOTEL	88	COLONIAL FATIMA	134	LAS VIOLETAS
43	EL DORADO PASTO	89	CONTINENTAL DEL SUR	135	BOLIVAR PLAZA PASTO
44	SAN AGUSTIN HOTEL DEL PASAJE	90	CRISTAL PASTO	136	EL SOL
45	BELLAVISTA CENTRO	91	GAVIOTAS NARIÑO	137	DEL PARQUE BOLIVAR DE PASTO
46	EL PRADO PASTO	92	IDEAL CLASS	138	SAN GABRIEL

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR

Tabla N° 43. Estadísticas Carnavales.

01/01/2012 al 07/01/2012.

Nº	ITEN DE EVALUACION	CATEGORIA	01/01/12	02/01/12	03/01/12	04/01/12	05/01/12	06/01/12	07/01/12	TOTAL
1	Ocupación hotelera	Nacionales	879	894	1391	1915	2360	2415	1166	11020
		Extranjeros	29	47	67	121	106	149	100	619
		TOTAL	908	941	1458	2036	2466	2564	1266	11639
2	Salida turistas terminal de transportes	Vehículos salidos	277	1087	1038	924	742	494	962	5524
		Personas salidas	2.270	8910	8732	7642	7064	5045	10364	50027
3	Llegada vuelos nacionales	Ciudad de origen Bogotá	4	4	4	4	2	4	4	26
		Ciudad de origen Cali	4	4	4	1	1	1	1	16
		Total personas llegadas	349	368	376	403	295	298	214	2303
		Total personas salidas	345	332	335	317	270	530	526	2655
4	Turistas extranjeros vía aérea	Llegados	22	5	12	22	16	6	2	85
		Salidos	0	17	8	0	6	19	21	71
5	Vehículos entrados al departamento	Peaje Daza	1939	1893	1713	3006	2916	2128	1980	15575
6	Vehículos salidos del departamento	Peaje Daza	1675	1380	3054	2052	2748	1288	5128	17325
7	Vehículos entrados al departamento	Peaje Placer	1422	2083	2478	1644	2285	2210	1908	14030
8	Vehículos salidos del departamento	Peaje Placer	1740	3254	2748	2342	2716	1416	2890	17106

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR.
San Juan de Pasto 2012.

La tabla anterior contiene información referente a los carnavales de Pasto para el año 2012, las cifras reflejan lo siguiente:

- En términos de ocupación hotelera, esta fue de 11.639 durante el periodo analizado. El mayor registro observado se dio el 6 de enero con una cifra de 2.564 visitantes, de los cuales 2.415 fueron nacionales y 149 extranjeros; por el contrario el menor registro se presenta el 1 de enero, con una cifra de visitantes de 908, de los cuales 879 fueron nacionales y 29 extranjeros. A lo largo del periodo 01/01/2012 al 07/01/2012 se tiene como tendencia general que el mayor número de visitantes en Pasto fueron nacionales superando significativamente a los extranjeros.
- En cuanto a la salida de turistas del terminal de transportes: el número total de vehículos salidos fue de 5.524, la mayor salida se dio el 2 de enero con una cifra de 1087 vehículos y por el contrario el 1 de enero fue la fecha que registro un menor número con 277 salidas; en términos de personas salidas, la fecha que registro un mayor número de salidas fue el 7 de enero con una cantidad de 10.364 y el caso contrario sucedió el 1 de enero cuando apenas salieron 2.270 personas.
- Por el lado de las llegadas de vuelos nacionales se tiene que la mayoría provienen de Bogotá con un promedio de 4 vuelos por día para un total de 26 a lo largo del periodo, mientras que el total de vuelos que llegaron de Cali fueron de 16, con un total de 2303 personas llegadas y 2655 salidas.
- Turistas extranjeros vía aérea, en este caso el total de llegados fueron 85 y los que salieron fueron 71.
- En cuando a los vehículos entrados al departamento se tiene que el mayor número de ellos ingreso por el peaje de Daza con una cifra total de 15.575 mientras que por el peaje del Placer ingresaron 14.030
- En términos de los vehículos salidos del departamento, el mayor número de estos salió por el peaje de daza con un total de 17.325 mientras que por el peaje del Placer salieron 17.106.

Tabla N° 44. Estadísticas Carnavales. Pasto 2013.

01/01/2013 al 06/01/2013.

Nº	ITEN DE EVALUACION	CATEGORIA	01/01/13	02/01/13	03/01/13	04/01/13	05/01/13	06/01/13	TOTAL
1	Ocupación hotelera	Nacionales	710	1613	3170	3651	3931	3822	20221
		Extranjeros	33	67	126	217	268	234	1302
		TOTAL	743	1680	3296	3868	4199	4056	21523
2	Salida turistas terminal de transportes	Vehículos salidos	286	1080	1087	985	823	587	8687
		Personas salidas	2865	8237	9821	8689	7678	4546	71505
3	Llegada de vuelos nacionales	Ciudad de origen Bogotá	3	5	3	3	3	5	37
		Ciudad de origen Cali	1	1	1	1	1	1	10
		Total personas llegadas	250	391	287	330	260	270	3186
		Total personas salidas	272	357	276	292	263	294	2635
4	Turistas extranjeros vía aérea	Llegados	6	10	10	4	8	5	94
		Salidos	3	8	2	6	8	32	87
5	Vehículos entrados al departamento	Peaje Daza	1836	1876	3420	3054	3831	1891	27333
6	Vehículos salidos del departamento	Peaje Daza	1876	1667	2250	2490	3221	2880	22996
7	Vehículos entrados al departamento	Peaje Placer	1533	1269	4094	1229	3206	1982	22335
8	Vehículos salidos del departamento	Peaje Placer	1661	2426	3285	2665	3068	1635	26856

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR.
San Juan de Pasto 2013.

La tabla anterior contiene información referente a los carnavales de Pasto para el año 2013, las cifras reflejan lo siguiente:

- En términos de ocupación hotelera, esta fue de 21.523 durante el periodo analizado. El mayor registro observado se dio el 5 de enero con una cifra de 4.199 visitantes, de los cuales 3.931 fueron nacionales y 268 extranjeros; por el contrario el menor registro se presenta el 1 de enero, con una cifra de visitantes de 743, de los cuales 710 fueron nacionales y 33 extranjeros. A lo largo del periodo 01/01/2013 al 06/01/2013 se tiene como tendencia general que el mayor número de visitantes en Pasto fueron nacionales superando significativamente a los extranjeros.
- En cuanto a la salida de turistas del terminal de transportes: el número total de vehículos salidos fue de 8.687, la mayor salida se dio el 3 de enero con una cifra de 1.087 vehículos y por el contrario el 1 de enero fue la fecha que registro un menor número con 286 salidas; en términos de personas salidas, la fecha que registro un

mayor número de salidas fue el 3 de enero con una cantidad de 9.821 y el caso contrario sucedió el 1 de enero cuando apenas salieron 2.865 personas.

- Por el lado de las llegadas de vuelos nacionales se tiene que la mayoría provienen de Bogotá con un promedio de 3 vuelos por día para un total de 37 a lo largo del periodo, mientras que el total de vuelos que llegaron de Cali fueron de 10, con un total de 3.186 personas llegadas y 2.635 salidas.
- Turistas extranjeros vía aérea, en este caso el total de llegados fueron 94 y los que salieron fueron 87.
- En cuando a los vehículos entrados al departamento se tiene que el mayor número de ellos ingreso por el peaje de Daza con una cifra total de 22.996 mientras que por el peaje del Placer ingresaron 22.335.
- En términos de los vehículos salidos del departamento, el mayor número de estos salió por el peaje del Placer con un total de 26.856 mientras que por el peaje de Daza salieron 22.996.

Tabla N° 45. Estadísticas Carnavales. Pasto 2014.

01/01/2014 al 06/01/2014.

N°	ITEN DE EVALUACION	CATEGORIA	01/01/14	02/01/14	03/01/14	04/01/14	05/01/14	06/01/14	TOTAL
1	Ocupación hotelera	Nacionales	752	1590	2621	3733	4156	2689	18741
		Extranjeros	46	81	85	166	152	105	1135
		TOTAL	798	1671	2706	3899	4308	2794	19876
2	Salida turistas terminal de transportes	Vehículos salidos	290	964	944	819	787	624	7976
		Personas salidas	2696	8573	7810	8194	8144	6832	74924
3	Llegada vuelos nacionales	Ciudad de origen Bogotá	3	3	4	4	4	4	32
		Ciudad de origen Cali	1	1	1	1	1	1	11
		Total personas llegadas	218	327	328	335	344	299	2849
		Total personas salidas	204	249	310	341	355	371	2736
4	Vehículos entrados al departamento	Peaje Daza	2251	723	3644	4335	4020	2653	29210
	Vehículos salidos del departamento	Peaje Daza	2145	1540	2508	2361	3819	1591	24058
5	Vehículos entrados al departamento	Peaje Placer	1929	3357	2383	2855	3841	2653	27561
6	Vehículos salidos del departamento	Peaje Placer	2911	2320	4053	3105	3524	3058	31063

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR. San Juan de Pasto 2014.

La tabla anterior contiene información referente a los carnavales de Pasto para el año 2014, las cifras reflejan lo siguiente:

- En términos de ocupación hotelera, esta fue de 19.876 durante el periodo analizado. El mayor registro observado se dio el 5 de enero con una cifra de 4.308 visitantes, de los cuales 4.156 fueron nacionales y 152 extranjeros; por el contrario el menor registro se presenta el 1 de enero, con una cifra de visitantes de 798, de los cuales 752 fueron nacionales y 46 extranjeros. A lo largo del periodo 01/01/2014 al 06/01/2014 se tiene como tendencia general que el mayor número de visitantes en Pasto fueron nacionales superando significativamente a los extranjeros.

- En cuanto a la salida de turistas del terminal de transportes: el número total de vehículos salidos fue de 7.976, la mayor salida se dio el 2 de enero con una cifra de 964 vehículos y por el contrario el 1 de enero fue la fecha que registro un menor número con 290 salidas; en términos de personas salidas, la fecha que registro un mayor número de salidas fue el 2 de enero con una cantidad de 8.573 y el caso contrario sucedió el 1 de enero cuando apenas salieron 2.696 personas.
- Por el lado de las llegadas de vuelos nacionales se tiene que la mayoría provienen de Bogotá con un promedio de 4 vuelos por día para un total de 32 a lo largo del periodo, mientras que el total de vuelos que llegaron de Cali fueron de 11, con un total de 2.849 personas llegadas y 2.736 salidas.
- En cuando a los vehículos entrados al departamento se tiene que el mayor número de ellos ingreso por el peaje de Daza con una cifra total de 29.210 mientras que por el peaje del Placer ingresaron 27.561.
- En términos de los vehículos salidos del departamento, el mayor número de estos salió por el peaje del Placer con un total de 31.063 mientras que por el peaje de Daza salieron 24.058.

Tabla N° 46. Estadísticas Pasto.

01/01/2012 al 07/01/2012.

N°	ITEMS	FECHAS						
		01/01/12	02/01/12	03/01/12	04/01/12	05/01/12	06/01/12	07/01/12
1	Cantidad de turistas en hoteles	01/01/12	02/01/12	03/01/12	04/01/12	05/01/12	06/01/12	07/01/12
		908	941	1458	2036	2466	2564	1266
	TOTAL	11639						
2	Hoteles	100						
3	Capacidad de albergue por hoteles	2100 HABITACIONES						
4	Porcentaje hotelero por habitación	01/01/12	02/01/12	03/01/12	04/01/12	05/01/12	06/01/12	07/01/12
		43%	45%	69%	97%	117%	122%	60%
5	Vehículos ingresados por turistas Pasto	01/01/12	02/01/12	03/01/12	04/01/12	05/01/12	06/01/12	07/01/12
		3361	3976	4191	4644	5201	4338	3888
	TOTAL	29599						
6	Personas ingresadas a la laguna de la Cocha	01/01/12	02/01/12	03/01/12	04/01/12	05/01/12	06/01/12	07/01/12
		550	240	120	256	1379	234	2430
		TOTAL	5209					

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR.
San Juan de Pasto 2012.

La tabla anterior contiene información referente a los carnavales de Pasto para el año 2012, las cifras reflejan lo siguiente:

- La cantidad total de turistas alojados fue de 11.639 y el 6 de enero fue el día con mayor número de turistas alojados. El número de hoteles consultados fueron 100 con una capacidad de albergue por hotel de 2.100 habitaciones.

- El mayor porcentaje hotelero por habitación reportado fue del 6 de enero con un valor de 122% a diferencia del 1 de enero que tan solo reporta el 43%.
- El número total de vehículos ingresados por turistas a Pasto en este periodo fue de 29.599 y el día en el que se registró un mayor ingreso fue el 5 de enero.
- El total de personas ingresadas a la laguna de la Cocha durante el periodo de carnavales fue de 5.209 y las mayores visitas se registraron el 7 de enero con un total de 2.430 personas.

Tabla N° 47. Estadísticas Pasto.

01/01/2013 al 06/01/2013.

N°	ITEMS	FECHAS					
		01/01/13	02/01/13	03/01/13	04/01/13	05/01/13	06/01/13
1	Cantidad de turistas en hoteles	743	1680	3296	3868	4199	4056
		TOTAL		17842			
2	Hoteles	115	127	132	132	129	133
3	Capacidad de albergue por hoteles	2595 habitaciones	2883 habitaciones	3026 habitaciones	2996 habitaciones	2990 habitaciones	3013 habitaciones
4	Porcentaje hotelero por habitación	32.9%	74%	143.7%	170%	181%	179%
		TOTAL		29131			
5	Vehículos ingresados por turistas Pasto.	3369	3145	7514	4283	7037	3783
		TOTAL		5616			
6	Personas ingresadas a la laguna de la Cocha	378	130	1200	1500	1700	708
		TOTAL		5616			

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR.
San Juan de Pasto 2013.

La tabla anterior contiene información referente a los carnavales de Pasto para el año 2013, las cifras reflejan lo siguiente:

- La cantidad total de turistas alojados fue de 17.842 y el 6 de enero fue el día con mayor número de turistas alojados. El número de hoteles consultados fueron en promedio 128 con una capacidad de albergue por hotel en promedio de 2.917 habitaciones.
- El mayor porcentaje hotelero por habitación reportado fue del 5 de enero con un valor de 181% a diferencia del 1 de enero que tan solo reporta el 32.9%.
- El número total de vehículos ingresados por turistas a Pasto en este periodo fue de 29.131 y el día en el que se registró un mayor ingreso fue el 3 de enero.

- El total de personas ingresadas a la laguna de la Cocha durante el periodo de carnavales fue de 5.616 y las mayores visitas se registraron el 5 de enero con un total de 1.700 personas.

Tabla N° 48. Estadísticas Pasto.

01/01/2014 al 06/01/2014.

Nº	ITEMS	FECHAS					
		01/01/14	02/01/14	03/01/14	04/01/14	05/01/14	06/01/14
1	Cantidad de turistas en hoteles						
		798	1671	2706	3899	4308	2794
		TOTAL	16176				
2	Hoteles	111	118	121	128	128	128
3	capacidad de camas por habitaciones hoteles	3750	3709	3835	4051	4007	4022
4	Porcentaje hotelero por habitación						
		24%	52.5%	85.5%	122.34%	137.6%	88.9
5	Vehículos ingresados por turistas Pasto.						
		4180	4230	6027	7190	7861	5306
		TOTAL	34794				
6	Personas ingresadas a la laguna de la Cocha						
		346	188	453	2580	5347	160
		TOTAL	9074				

Fuente: Grupo Protección Turismo y Patrimonio Nacional DENAR.

San Juan de Pasto 2014.

La tabla anterior contiene información referente a los carnavales de Pasto para el año 2014, las cifras reflejan lo siguiente:

- La cantidad total de turistas alojados fue de 16.176 y el 5 de enero fue el día con mayor número de turistas alojados. El número de hoteles consultados fueron en promedio 122 con una capacidad de camas por habitaciones en promedio de 3.895.
- El mayor porcentaje hotelero por habitación reportado fue del 5 de enero con un valor de 137.6% a diferencia del 1 de enero que tan solo reporta el 24%.
- El número total de vehículos ingresados por turistas a Pasto en este periodo fue de 34.794 y el día en el que se registró un mayor ingreso fue el 5 de enero.
- El total de personas ingresadas a la laguna de la Cocha durante el periodo de carnavales fue de 9.074 y las mayores visitas se registraron el 5 de enero con un total de 5.347 personas.

CONCLUSIONES

La tendencia generalizada hacia la tercerización de la economía a nivel mundial ha obligado a los países, regiones y territorios a vincularse a esa dinámica mediante el aprovechamiento de sectores potenciales como lo es el sector Turismo, que en años recientes se ha posicionado como una de las apuestas productivas sobresalientes en el ámbito de los servicios.

El sector turismo ha incrementado paulatinamente su importancia como factor de desarrollo de economías nacionales, esto gracias a la revolución en las comunicaciones y sistemas de transporte, así como de los procesos de integración que han experimentado diversas regiones del mundo. Esta industria vincula en sus actividades a otros sectores de la economía que se integran en el sector servicios y reactiva sus procesos de crecimiento.

El sector turístico, al ser muy intensivo en mano de obra, es un sector primordial y estratégico en la economía y la sociedad, pues tiene una gran importancia en generación de empleo y en el alivio de las condiciones de pobreza de las regiones subdesarrolladas.

Es importante la concientización sobre la necesidad de contar con una base de datos analítica realista para la toma de decisiones de política y el diagnóstico de fortalezas, debilidades y complementariedades de la actividad turística en el municipio de forma tal que contribuya a orientar una asignación eficiente de los recursos y resultados efectivos en términos de calidad y generación de empleo e ingresos

Con el objetivo de recolectar información homogénea que facilite las futuras comparaciones con otras regiones del mundo, las variables precisadas en el estudio para el municipio de Pasto, se derivan de las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008 (RIET 2008), que ofrece un esquema más integral de la estructura y contenido de los datos e indicadores básicos necesarios para organizar un sistema de información turística.

El compendio de estadísticas del turismo en el municipio de Pasto es necesario ya que se constituye en una guía de referencia para la evaluación y el análisis del sector turístico que actualmente carece de información relevante y completa de todas sus implicaciones como sistema.

Se reconoce la necesidad de que el municipio de Pasto como destino turístico potencial y las administraciones responsables de su desarrollo se interesen por conocer, medir y analizar su demanda turística para así determinar su tendencia y hacer pronósticos que beneficien y traigan consigo un desarrollo económico y social a la región. De igual forma es relevante conocer su oferta turística, para mejorarla y que pueda satisfacer y hacer frente a la demanda futura.

La propuesta de un procedimiento para poder medir la demanda y oferta turística así como los instrumentos investigativos que se plantean para obtener información sobre los indicadores económicos, sociales, de satisfacción, comercialización y percepción a los principales actores como los visitantes y prestadores de servicios, se constituyen en una base para estructurar un sistema de información que a futuro permitirá conocer la tendencia y evolución de la demanda y oferta turística en el municipio.

La revisión literaria permitió identificar los factores que constituyen la demanda y oferta turística, así también aquellos elementos que las condicionan para finalmente obtener como producto de la investigación un procedimiento que permitirá la medición de la demanda turística en un destino, que permitirá a las administraciones y gestores tener conocimiento de la tendencia de demanda turística, así como aquellos factores internos y externos que influyen en ella con el fin de contribuir al proceso de toma de decisiones para el mejor aprovechamiento de las potencialidades turística del destino.

El hecho de que el turismo sea un factor transversal de la economía y afecte a prácticamente la totalidad de las actividades productivas le da importancia al procedimiento para medir tanto la demanda como la oferta turística a fin de que se constituye en una valiosa fuente de información que permite a los principales actores económicos, empresas y organizaciones contar con indicadores útiles para identificar posibles oportunidades de negocios.

La construcción de una Cuenta Satélite de Turismo puede considerarse el marco de coherencia global para las estadísticas económicas básicas del turismo, su implementación en el municipio de Pasto es importante y requiere contar con una información previa y constante sobre variables como: Producción Bruta del sector Turismo, Consumo intermedio del sector Turismo, Valor Agregado del sector Turismo, Remuneración al trabajo del sector Turismo, Impuestos indirectos del sector Turismo, Excedente bruto de explotación del sector Turismo.

RECOMENDACIONES

- Es importante que la implementación de diversas políticas públicas reconozcan al turismo como factor de consolidación del desarrollo y de la equidad social tanto al nivel nacional como regional y territorial con el fin de posicionarlo como una industria con chimeneas que logre mejores niveles de crecimiento y desarrollo.
- El municipio de Pasto, en materia de turismo, debe insertarse en la dinámica globalizadora, para ello es necesario que se genere un conocimiento a los prestadores de servicios turísticos mediante diferentes capacitaciones y talleres que les den herramientas para potencializar sus productos y servicios a fin de competir con economías más fuertes en el ámbito turístico.
- Adoptar la metodología propuesta en el presente estudio y seguir las recomendaciones realizadas por la Organización Mundial del Turismo para la elaboración de estadísticas turísticas con el objetivo de generar información homogénea entre las diferentes economías.
- Se recomienda que el compendio estadístico involucre a todos los sectores relacionados con el turismo y de cuenta de forma detallada el desarrollo de sus actividades.
- Es fundamental que las oficinas regionales de estadística, las autoridades de turismo y/u otras organizaciones con responsabilidad directa en el ámbito de las estadísticas de turismo, promuevan el uso de instrumentos nacionales para la recopilación de datos en los ámbitos regionales y locales utilizando definiciones comunes que permitan realizar posteriores comparaciones de la actividad.
- Desarrollar Políticas de atención al turista nacional y extranjero, el gobierno municipal en concertación con la empresa privada, debe esforzarse por consolidar las condiciones que permitan impulsar el liderazgo de la actividad turística tanto en el mercado interno como en el internacional, buscando resolver las limitaciones que atentan contra la competitividad del sector.
- Se deben aunar esfuerzos con las distintas entidades encargadas de implementar instrumentos que permiten recolectar información de tipo cualitativa y cuantitativa como por ejemplo el DANE y el CEDRE de la Universidad de Nariño. Entidades que tienen experiencia en el levantamiento de información y generación de estadísticas regionales.
- Se debe aunar esfuerzos y desarrollar mecanismos de cooperación, compromiso, responsabilidad y apoyo interinstitucional con el fin de llevar a cabo un proceso eficiente y sostenible en el tiempo.

BIBLIOGRAFIA

Boletín estadístico. Primer semestre de 2013.

Comisión de las comunidades europeas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, OMT, División estadística de Naciones Unidas. Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, Paris. 2001

Constitución política de Colombia

Cuentas económicas del municipio de Pasto 2005-2010p. Cuentas consolidadas y resultados generales. CEDRE.

Diagnóstico Socioeconómico y del Mercado de Trabajo Ciudad de Pasto. Observatorio del Mercado de Trabajo de Pasto / Universidad de Nariño.

Ley No. 1558 de 2012. "por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones".

Luis Fernández Fuster. Teoría y técnica del Turismo. Tomo I (1994) y II (1975). Cuarta Edición. Editorial Nacional San Agustín.

OMT. Naciones Unidas. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (RIET 2008).

UNIVERSIDAD DE NARIÑO – CEDRE. Cultura organizativa para el desarrollo integral del municipio de pasto. Corregimiento de Genoy. Tesis de Grado. Facultad de Economía. Septiembre de 2001.

Víctor David Jaramillo Mejía. Diana Elizabeth Narváez Jácome. Importancia del turismo para el desarrollo del departamento de Nariño a partir de la estimación de su cuenta satélite. 2008.

NETGRAFIA

- Turismo. <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.
- Turijobs. Latinoamericana. Internacional. OMT Crecimiento de turismo en economías emergente fue de 6% <http://www.travelupdate.com.pe/internacional/29064-omt-crecimiento-de-turismo-en-economias-emergente-fue-de-6#sthash.ssOy0l4b.dpuf>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. EL TURISMO. Conceptos Y Definiciones E Importancia Actual. <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.
- Glauber Eduardo de Oliveira Santos. Modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y perspectivas en Turismo <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713890005>
- Ana Karina Salazar, Carlos Pérez, Luisannys León. "TURISMO". Información Sobre El Turismo. Universidad de oriente. <http://turismoinforma.blogspot.com/>
- José Luis Castaño Muñoz. Seminario de grado. Módulo: Contexto Socioeconómico Del Turismo. <http://es.scribd.com/doc/4719055/presentacion-economica->
- OMT. El turismo internacional supera las expectativas con 52 millones llegadas adicionales en 2013.Madrid. 2014. <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-a>
- Organización Mundial del Turismo OMT. ¿Por qué el Turismo? El turismo: un fenómeno económico y social. <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- OMT. Comunicado de Prensa. Los ingresos por turismo internacional crecieron un 4% en 2012. Madrid. <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-05-15/los-ingresos-por-turismo-internacional-crecieron-un-4-en-2012>
- Panorama OMT del turismo internacional, edición 2013. UN WTO. http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_hr.pdf
- MinCIT. Turismo se consolida como tercer generador de divisas en el país. <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=9631>
- MinCIT. Ministro Rojas ratifica potencial turístico del departamento de Nariño. 2014. <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=9579>

- Listado de corregimientos en el portal de Internet de la alcaldía municipal de Pasto. Consultado el 5 de noviembre de 2013. <http://www.pasto.gov.co/index.php/comunas-barrios-corregimientos-veredas>.
- Edna Alejandra González Alatorre y Ernesto Manuel Conde Pérez. Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.html>
- Alcaldía Municipal de Pasto. <http://www.pasto.gov.co/index.php/nuestras-dependencias/secretaria-de-desarrollo-economico-y-competitividad/actividades-y-eventos-turisticos-pasto/2184-capacidad-hotelera-en-pasto-alcanzo-el-88-9-durante-el-carnaval>
- PROEXPORT COLOMBIA. Comportamiento del Turismo Internacional en Colombia. Cifras año 2013
http://www.proexport.com.co/sites/default/files/informe_comportamiento_del_turismo_internacional_en_colombia_dic_2013_final.pdf

ANEXOS

ANEXO A. FORMATOS DE LAS ENCUESTAS CORREGIDOS

Se resaltan con rojo las modificaciones realizadas a los formatos inicialmente diseñados, la prueba dio como resultado cambios en la forma de plantearse las preguntas para lograr una mejor comprensión por parte del encuestado; de igual forma, se tuvieron en cuenta las recomendaciones hechas en cuanto a suprimir preguntas innecesarias y fusionar preguntas que tenían el mismo sentido con el fin de no hacer tan extenso el cuestionario y que haya mejor aceptación del mismo.

FORMATO DE LAS ENCUESTAS PARA LA DEMANDA TURISTICA:

ALCALDIA DE PASTO SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD SUBSECRETARIA DE TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES (TURISTAS)

Fecha _____

Nº _____

Objetivo: Determinar el flujo turístico que tiene el municipio de Pasto conociendo las características y el volumen de la demanda turística, por lo cual se quiere que usted participe respondiendo cuidadosamente este cuestionario.

PERFIL DEL TURISTA

1. Nacionalidad: _____
2. Lugar de residencia actual: _____
3. Edad: 14-19 ___ 20-26 ___ 27-33 ___ 34-40 ___ 41-47 ___ más de 47 ___
4. Sexo M ___ F ___
5. Estado civil :
___ Soltero (a)
___ Casado (a)
___ Divorciado (a)
___ Viudo (a)
___ Otro (a) ¿Cuál? _____
6. Nivel educativo:
___ Primaria
___ Secundaria
___ Universitaria
___ Postgrado
___ Maestría
___ Doctorado
___ Otro ¿Cuál? _____

7. Profesión u oficio:
- Estudiante
 - Comerciante
 - Empresario
 - Trabajador dependiente**
 - Ama de casa
 - Otro Especifique: _____

8. Ingresos **mensuales en promedio** del hogar, familiares o individuales:

Menos de 500.000 1.000.000 a 2.000.000
 500.000 a 1.000.000 Más de 2.000.000

AFLUENCIA TURISTICA:

9. Es su primer viaje al Municipio de Pasto Sí No

10. En caso de respuesta Negativa a la anterior pregunta responda:

- ¿Cuántas veces ha venido anteriormente?

1 a 2 veces 4 a 6 veces
 2 a 4 veces Más de 6 veces

En qué temporada? _____

- ¿Cuántos fueron los días de permanencia?

Menos de 1 día 1-3 semanas
 1 día 1 Mes
 2-3 días Más de un Mes y menos de 5 meses
 4-7 días Más de 5 meses

11. ¿Qué lo impulso a elegir este municipio como destino de su viaje?

Interés propio
 Recomendación
 Propaganda ¿especifique cuál? _____
 Documental en TV, Radio o Revistas
 Otro ¿especifique cuál? _____

12. ¿Cómo Viaja? (Composición del grupo turístico, **especifique el número y edad promedio de las personas con las que viaja**):

Solo
 En pareja
 Con familia Número: _____ Edad promedio _____
 Con amigos Número: _____ Edad promedio _____
 Con compañeros del trabajo Número: _____ Edad promedio _____
 Otro, ¿Cuál? _____ Número: _____ Edad promedio _____

13. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

- Vacaciones
- Paseo
- Familia
- Negocios
- Estudios
- Deportes
- Cultura
- Religión
- Salud
- Gastronomía
- Ecoturismo
- Otro, ¿Cuál? _____

14. ¿Cuánto fue su tiempo de permanencia en el Municipio de Pasto?

- Menos de 1 día
- 1 día
- 2 - 3 días
- 4 - 7 días
- 1 - 3 semanas
- 1 Mes
- Más de un Mes y menos de 5 meses
- Más de 5 meses

15. ¿Qué medio de transporte utilizó, la mayor parte del viaje, para llegar al Municipio de Pasto?

- Carro propio
- Transporte publico
- Carro alquilado
- Bus de Agencia de Viajes (tour)
- Transporte Acuático
- Transporte aéreo
- Otro ¿Cuál? _____

16. ¿Describe la ruta de llegada al Municipio?

17. ¿Cuál fue su principal destino dentro del municipio de Pasto?

18. ¿Cuáles fueron los lugares o sitios turísticos que visito?

GASTO TURISTICO:

19. ¿Adquirió un paquete turístico?

Sí ___ No ___

20. En caso de responder afirmativamente a la anterior pregunta, conteste lo siguiente:

- ¿En dónde lo adquirió? _____
- ¿Nombre de la empresa? _____
- ¿Cuánto le costó? _____
- ¿Qué servicios cubre? :
 - ___ Hospedaje
 - ___ Alimentación
 - ___ Transporte
 - ___ Visitas y excursiones
 - ___ Recreación
 - ___ Guía acompañante
 - ___ Otro ¿Cuál? _____

21. En caso de responder negativamente a la pregunta número 19, conteste las siguientes preguntas relacionadas con su viaje:

- ¿Cuál fue el Valor del gasto en alojamiento? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en alimentos y bebidas? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en transporte local? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en transporte Internacional? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en actividades recreativas, culturales y deportivas? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en compras? \$ _____
- ¿Cuál fue el Valor del gasto en otras categorías? \$ _____ ¿Cuáles? _____

22. ¿Qué fue lo que más le gusto de la visita al municipio?

23. Nivel de satisfacción: Califique de acuerdo a su opinión el grado de satisfacción recibida en cuanto a los siguientes aspectos, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta:

ITEMS	1	2	3	4	5
Servicios de transporte					
Alojamiento					
Información turística					
Servicios de Alimentación					

Seguridad					
Centros o plazas de Comercio					
Discotecas – Centros Nocturnos					
Agencias de viaje					
Parques Recreacionales					
Sitios turísticos					
Vías de comunicación					
Infraestructura					
Limpieza y aseo					
Precios					

Agradecemos su valiosa colaboración.

ANEXO B. FORMATO DE LAS ENCUESTA PARA LA OFERTA TURISTICA:

ALCALDIA DE PASTO

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD
SUBSECRETARIA DE TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS TURISTICAS

Fecha _____

Nº _____

Objetivo: Obtener información estadística de las actividades relacionadas con el turismo en el municipio de Pasto con el fin de determinar el estado de la oferta turística.

IDENTIFICACION DEL ENCUESTADO Y DE LA EMPRESA:

Cargo del encuestado _____

Tiempo de experiencia en la actividad _____

Nombre de la empresa _____

Dirección _____

Teléfono _____

Tiempo de funcionamiento: _____

Horario de atención: _____

Tiene certificación: Si ____ ¿cuál?: _____ No: ____

Pertenece a algún tipo de asociación (Agremiación):

- Si ____ A cuál: _____ Hace cuánto: _____

- No ____

Mantiene convenios con otras empresas para ofrecer el servicio:

- Si ____ ¿cuáles?: _____

- No: ____

PREGUNTAS DEL ESTUDIO:

1. Carácter de la empresa (Seleccione una o más opciones):

- ___ Transporte
- ___ Hospedaje
- ___ Restaurante

- ___ Venta de artesanías
- ___ Agencia de viaje
- ___ De servicios y actividades culturales
- ___ **De recreación**

2. Servicios y productos que se ofrecen:

3. ¿Cuál es su actividad principal, la que le genera mayores niveles de ingreso?

4. Marque los meses de temporada alta y baja de su empresa:

Temporada	Meses											
	Alta	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.
Baja	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.

5. Especifique el valor **promedio** de sus ingresos mensuales provenientes del ejercicio de la actividad **de la empresa**: \$ _____

6. Especifique el valor del consumo intermedio de la actividad (**Gastos incurridos para ofrecer el servicio**): \$ _____

7. **Utilidad promedio** (**Valor de los ingresos** - consumo intermedio) = \$ _____

8. **Total activos**: \$ _____

9. **Total Pasivos**: \$ _____

10. **Total patrimonio**: \$ _____

ASPECTO LABORAL

11. Número de empleados:

a. Permanentes: _____ # de Hombres: _____ # de mujeres: _____

b. Temporales: _____ # de Hombres: _____ # de mujeres: _____

Especificar temporada (mes/es del año):

Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
------	------	------	------	------	------	------	------	-------	------	------	------

12. Tipo de remuneración a empleados (**Selecciones una o las dos opciones según corresponda**):

- a. Salario fijo: ____ Valor de la remuneración: \$ _____
 b. Por horas: ____ # de horas: _____ Valor de la remuneración: \$ _____

13. Tipo de vinculación: Formal ____ Informal ____

14. Servicios disponibles que comprende la oferta según la actividad de la empresa:

Servicios básicos

- ___ Agua potable
- ___ Energía eléctrica
- ___ Combustible
- ___ Teléfono
- ___ Fax
- ___ Seguridad o vigilancia
- ___ Salud
- ___ Internet
- ___ T.V.
- ___ Wifi
- ___ Otros _____

Otros servicios turísticos

- ___ Guías
- ___ Información turística
- ___ Alquiler de equipo
- ___ Alquiler de vehículos
- ___ Alquiler de botes
- ___ Alquiler de caballos
- ___ Transporte turístico
- ___ Otros _____

15. Cantidad de turistas promedio que recibe al mes: _____

16. Procedencia de los turistas (**Especificar porcentaje y lugar de origen**):

Extranjeros % ____ **Lugares:** _____
Nacionales % ____ **Lugares:** _____

17. Percepción del turismo actual (comparación con otros años):

- a. Ha mejorado ____
 ¿Por qué? _____

- b. Se ha mantenido ____
- c. Ha empeorado ____
 ¿Por qué? _____

SECCIÓN PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS:

HOTELES

1. **Categoría o clasificación del Hotel:** _____

2. Tipo de alojamiento

____ Hotel

____ Apartahotel

____ Cabañas

____ Casa de huéspedes

____ Pensiones

____ Albergue Rural

____ Campamento

____ Otro ¿Cuál? _____

3. Número de habitaciones **en total:** _____ Con baño _____ Sin baño _____

4. **Número y precio de las habitaciones por acomodación:**

Individuales # _____ \$ Con baño _____ \$ Sin baño _____

Dobles # _____ \$ Con baño _____ \$ Sin baño _____

Triples # _____ \$ Con baño _____ \$ Sin baño _____

Suites # _____ \$ _____

Otras # _____ _____

5. Servicio en las habitaciones (**Seleccione una o varias opciones**):

____ Teléfono

____ Internet

____ T.V

____ Radio

____ Mini-bar

____ Caja fuerte

____ Aire acondicionado

____ Wifi

____ Otros

6. Porcentaje de ocupación **mensual:** _____

7. Estadía media de huéspedes:

____ 1 noche

____ 2 noches

____ 3 a 6 noches

____ 7 o más noches

8. Motivación del viaje de los turistas:

- Vacaciones
- Paseo
- Familia
- Negocios
- Estudios
- Deportes
- Cultura
- Religión
- Salud
- Gastronomía
- Ecoturismo
- Otro, ¿Cuál? _____

RESTAURANTES

1. Categoría o clasificación del Restaurante:

2. Tipo de restaurante:

- Restaurante de especialidades
- Restaurante con platos regionales
- Restaurante Bar
- Restaurante, cafetería, heladería
- Otro ¿Cuál? _____

6. Número de mesas: # _____

7. Rotación de las mesas: # _____

8. Numero de platos ofrecidos: # _____

9. Tipo de clientes:

- | | | |
|------------------------|---|-------|
| Clientes habituales | % | _____ |
| Clientes no habituales | % | _____ |

10. Valor promedio de los platos:

- Menú \$ _____
- Carta \$ _____
- Otro \$ _____

11. Cuenta con los permisos necesarios para el funcionamiento de la actividad:

18. Si **Cuáles:** _____

19. No

AGENCIAS DE VIAJE

1. Los empleados se encuentran capacitados o formados en el área turística (**Marque una o las dos opciones según corresponda**):

___ Si # de empleados capacitados _____
___ No # de empleados no capacitados _____

2. Descripción de los paquetes turísticos ofrecidos (Rutas, días de duración, actividades, etc) y valor promedio:

DESCRIPCION	VALOR

3. Servicios incluidos en el Tour:

4. Adquisición de los paquetes a nivel municipal:

% de ventas de paquetes a destinos internos _____

% de ventas de paquetes a destinos externos _____

5. Destinos:

Nacionales	Extranjeros

6. Formas de pago:

_____ Contado

_____ A crédito

7. Forma de promoción y publicidad que utiliza la agencia para ofrecer los servicios:

_____ Propaganda por televisión

_____ Propaganda por radio

_____ Publicidad escrita en revistas, folletos, vallas

_____ Internet

_____ Otra _____

8. Cuáles son los **destinos turísticos más vendidos:**

Agradecemos su valiosa colaboración.