

PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURÍSTICO PARA YACUANQUER Y
CONSACA

HERNÁN DARÍO MORENO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2007

PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURÍSTICO PARA YACUANQUER Y
CONSACA

HERNÁN DARÍO MORENO

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar el título de
Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo

Asesor:
MARIO FERNANDO ARCOS ROSAS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2007

Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado, son responsabilidad exclusiva de sus autores

Artículo 1 del Acuerdo Número 32 de octubre 11 de 1996 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Marzo de 2007

AGRADECIMIENTOS.

MI MAS GRANDE AGRADECIMIENTO A ESA HERMOSA ZONA QUE ENCANTA POR SUS PAISAJES Y ENAMORA POR SU GENTE.

A CARLOS MONTAÑO, REPRESENTANTE DE TIERRANDINA Y AMIGO ENTRAÑABLE QUIEN ME CONFIRIÓ TODA SU EXPERIENCIA LA CUAL SE REFLEJA A LO LARGO DE ESTE PROYECTO.

A TIERRANDINA Y TODA SUS MIEMBROS POR PERMITIRME CONOCERLOS Y TRABAJAR A SU LADO.

A MI PRESIDENTE DE PROYECTO MARIO FERNANDO ARCOS POR SUS CONSEJOS Y SU PREOCUPACIÓN POR ESTE EMPRENDIMIENTO.

A MIS JURADOS CARLOS FERNANDO PAREDES Y LUÍS CARLOS GÓMEZ POR SUS CONCEPTOS, SU OPINIÓN CRITICA Y SUS CONOCIMIENTOS QUE AYUDARON A CONSTITUIR ESTE PROYECTO.

A MIS ASESORES EXTERNOS: EL DOCTOR DANIEL MONTES TORO, ROSA ISABEL DUQUE, FABIO PEÑA, ÁLVARO GUENAGA Y PATRICIA DE GUZMÁN DE LA UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA. POR SU APOYO Y COMPROMISO POR ESTA HERMOSA REGIÓN NARIÑENSE.

AL SENA POR PATROCINAR MI PARTICIPACIÓN EN LA ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MARKETING TURÍSTICO.

A LA AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL (ADEL) POR LOS ESFUERZOS QUE HACEN EN MATERIA TURÍSTICA.

A LA GOBERNACIÓN DE NARIÑO Y SU OFICINA DE TURISMO POR LOS ADELANTOS EN LA INDUSTRIA Y PERMITIR EL DESARROLLO DE LA MISMA EN LA REGIÓN.

A LA UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE PARQUES NATURALES NACIONALES Y SU DIRECTORA NANCY DE VILES, POR LA LABOR AMBIENTAL QUE ADELANTAN EN EL GALERAS Y SU ZONA DE AMORTIGUACIÓN.

UN ESPECIAL AGRADECIMIENTO Y MI MÁS PROFUNDO RESPETO A LA DOCTORA DORIS RUANO POR INVOLUCRARME EN EL HERMOSO MUNDO DEL TURISMO.

Y FINALMENTE A TODOS AQUELLOS ROSTROS INVISIBLES, QUIENES APOSTARON POR ESTA IDEA Y LA CULTIVARON HASTA EXPONER HOY SUS FRUTOS.

DEDICATORIA.

En este momento mi vida no es más que el nombre de esas personas que me aman y que han abierto momentáneamente su corazón, para que yo lo habite, a ellos les debo un eterno silencio y una vida de recuerdos.

Para mi familia por ser causa y efecto de mi vida.

Y para Angela aquella mujer que después de besar sus labios supe que no querría volver a besar ningunos otros.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	20
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
1.1 LINEA DE INVESTIGACIÓN	22
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	22
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	25
2. OBJETIVOS	26
2.1 Objetivo General	25
2.2 Objetivos Específicos	26
2.3 JUSTIFICACIÓN	26
2.4 DELIMITACIÓN	29
3. MARCO DE REFERENCIA	30
3.1 MARCO TEÓRICO	30
3.1.1 El Turismo	30
3.1.2 La industria turística	37
2.1.3 Plan de marketing turístico	40
3.1.4 Información básica del producto – servicio	45
3.2 MARCO CONTEXTUAL	48
4. ASPECTOS METODOLÓGICOS	51

4.1 TIPO DE ESTUDIO	51
4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN	51
4.2.1 Fuentes Primarias de Información	51
4.2.2 Fuentes Secundarias de Información	51
5. INVENTARIO TURÍSTICO EN LA ZONA AMORTIGUADORA DEL SANTUARIO DE FLOERA Y FAUNA GALERAS	52
5.1 PRESENTACIÓN	52
5.2 DELIMITACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE PAISAJES	56
5.3 INVENTARIO TURÍSTICO EN LA ZONA AMORTIGUADORA DEL SANTUARIO DE FLOERA Y FAUNA GALERAS	61
5.3.1 El Volcán Galeras	61
5.3.2 Inventario de sitios naturales	63
5.3.3 Inventario competitivo	81
5.3.4 Inventario de Flora	88
5.3.5 Inventario de	91
6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO TURÍSTICO PARA YACUANQUER Y CONSACÁ	95
6.1 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	95
6.1.1 El presente del sector turístico en el Departamento de Nariño	95
6.1.2 El santuario de Flora y Fauna Galeras, la UAESPNN, las instituciones, la Zona Amortiguadora del SFFG, TIERRANDINA y el estado como generadores de valor agregado y competitividad	97
6.1.3 Las opiniones de las familias en la Zona de Amortiguación del Santuario de Flora y Fauna Galeras	100
6.1.4 Proceso de formación empresarial de la asociación de comunidades Campesinas andinas de NARIÑO “TIERRANDINA “	101

6.1.5 Matriz DOFA	101
6.2 LA EMPRESA COMERCIALIZADORA TURÍSTICA	109
6.2.1 Razón social y principios estratégicos	110
6.2.2 Acciones a desarrollar en el aspecto operativo de la empresa	111
6.2.3 Ideas prioritarias de la empresa	113
6.3 INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO – SERVICIO	116
6.3.1 Materia Prima	116
6.3.2 Producto turístico	116
6.3.3 Precio	119
7. CONCLUSIONES	120
8. RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	124
NETGRAFIA	125

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Distancia real entre diferentes puntos en el Santuario de Flora y Fauna Galeras	56
Cuadro 2. Paisajes que se encuentran en el Area Protegida (AP) del Santuario de Flora y Fauna Galeras	57
Cuadro 3. Veredas de los Municipios de Yacuanquer y Consacá	64
Cuadro 4. Inventario competitivo. 2006	81
Cuadro 5. Valoración del estado actual de la empresa turística en el Departamento de Nariño	97

LISTA DE MAPAS

	pág.
Mapa 1. Santuario de Flora y Fauna Galeras	55

LISTA DE FOTOS

	pág.
Foto 1. Vista aérea del cono activo del Volcán Galeras con su cráter Principal y secundarios (Fuente: INGEOMINAS, Gómez, Peña y Jiménez 200)	63
Foto 2. Paisaje Campesino en la Vereda San José de Córdoba. Municipio de Yacuanquer	65
Foto 3. Sendero típico. Vereda Mohechiza Bajo. Municipio de Yacuanquer	66
Foto 4. Rincón campesino. Vereda El Rosario. Municipio de Yacuanquer	67
Foto 5. Cañón del río. Vereda Arguello. Municipio de Yacuanquer	68
Foto 6. Las Peñas Blancas. Vereda La Guaca. Municipio de Yacuanquer	69
Foto 7. Huerta Casera. Vereda Zaragoza. Municipio de Yacuanquer	70
Foto 8. Abuela hilandera. Vereda San Felipe. Municipio de Yacuanquer	71
Foto 9. Vista panorámica de la Vereda San Felipe. Municipio de Yacuanquer	71
Foto 10. Vereda Mohechiza Alto	72
Foto 11. Panorámica de la Vereda Cariaco Alto. Municipio de Consacá	73
Foto 12. Vereda Santa Inés. Municipio de Consacá	74
Foto 13. Vereda Jossepe. Municipio de Consacá	75
Foto 14. Casona de Basilio García. Cariaco Bajo. Municipio de Consacá	76
Foto 15. Sendero campesino. Vereda San Antonio. Municipio de Consacá	77
Foto 16. Exhuberancia de follaje. Vereda Paltapamba. Municipio de Consacá	78
Foto 17. Flora en la Vereda Cajapamba. Municipio de Consacá	79
Foto 18. Transporte caballar. Vereda El Tejar. Municipio de Consacá	80

Foto 19. Riqueza de flora del santuario de Flora y fauna Galeras	91
Foto 20. Fauna Aviaria del SFFG	93
Foto 21. Fauna de mariposas en el SFFG. (Fuente: Fotos Acosta y Rivadeneira, 2003)	94

PRINCIPALES SIGLAS CITADAS EN EL DOCUMENTO

SIGLA	DEFINICIÓN
SFFG	Santuario de Flora y Fauna Galeras
SF	Santuario de Flora
ADC	Asociación para el Desarrollo Campesino
PAB	Plan de Atención Básica
CIDEA	Comités Técnicos Interinstitucionales de Educación Ambiental
PGAR	Plan de Gestión Ambiental Regional
POT	Plan de Ordenamiento Territorial
EOT	Esquema de Ordenamiento Territorial
lavH	Instituto Alexander Von Humboldt
PMA	Programa Mundial de Alimentos
CVG	Complejo Volcánico Galeras
UASPNN	Unidad Administrativa Especial de Parques Naturales Nacionales
SIRAP	Sistema Regional de Areas Protegidas
SINAP	Sistema Nacional de Areas Protegidas
AP	Area protegida
ZA	Zona amortiguadora
SSC	Sistemas sostenibles para la conservación
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza
INCORA	Instituto Colombiano de la Reforma Agraria
INCODER	Instituto Colombiano de Desarrollo Rural
OC	Objetos y Objetivos de Conservación
CREPAD	Comité Regional para la Prevención y Atención de Desastres
SAGAN	Sociedad Colombiana de Ganaderos
msnm	metros sobre el nivel del mar
ZAST	Zonobioma altermohígrico y/o subxerofítico tropical
ZHT	Zonobioma Húmedo Tropical
AME	Areas de Manejo Especial
IGAC	Instituto Geográfico Agustín Codazzi
POA	Plan operativo anual

RESUMEN

La investigación PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURISTICO PARA YACUANQUER Y CONSACA enfatiza sobre análisis de mercado y desarrollo estratégico para adelantar turismo ecológico en el Santuario de Flora y Fauna Galeras.

Los éxitos en el campo del turismo dependen en gran medida del entendimiento que se tenga sobre el mercadeo del turismo en el mundo. Considerar las características regionales, nacionales y realizar un análisis de mercadeo mundial, permiten construir el mejor paquete de producto y adelantar un plan de mercadeo.

La investigación analiza cada producto específico y su pertinencia regional y mundial para el Santuario de Flora y Fauna Galeras y su posición en el mercado. Plantea la posibilidad de realizar alianzas para lograr una mejor relación beneficio costo en términos del mercadeo.

Desarrollo de análisis competitivo, posicionamiento del producto, identificación del mercado, alianzas de mercado, elaboración de materiales promocionales, son acciones propuestas, porque cada viajero es único y requiere que se le proponga una opción personalizada, a fin de lograr mejores resultados.

ABSTRAC

The investigation PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURISTICO PARA YACUANQUER Y CONSACA emphasize over Marketing Analysis and Strategy Development for ecological Tourism of the Santuario de Flora y Fauna Galeras.

Successful marketing depends on a greater understanding of the global tourism market. Distinctions in regional, national and global marketing analysis must be made to best package the product and reach the intended market.

This investigation analyzes each product specific as it pertains to its regional and global, for Santuario de Flora y Fauna Galeras and your marketing position; performs in-depth studies for product placement within the intended market; develops marketing alliances as a tool for cost-effective marketing.

Develops competitive analysis, product positioning, market identification, marketing alliances, promotional materials, public relations and market evaluation, are offer acts . Because each traveler is unique, designs marketing plans that are tailored to the project and the intended audience for maximum results.

INTRODUCCIÓN

La estructura propia del trabajo agropecuario determina funciones productivas y ciclos de trabajo de tiempo completo para casi todos los miembros del núcleo familiar, que dependen del ciclo del cultivo, inicialmente la preparación de la tierra, la siembra, mantenimiento, cosecha y poscosecha, generalmente caracterizadas por ser realizadas al aire libre e intensivas en tiempo y exigencia física. Existen posibilidades de generar otras fuentes de trabajo para las familias mediante diversificación de actividades; entre éstas, emerge con fuerza el desarrollo del turismo rural. No obstante, la puesta en práctica de proyectos de agroturismo requiere solucionar problemas de base, tanto ambientales como culturales, resultantes de una mayor interacción entre las personas y su entorno.

Un aspecto muy importante a considerar es que las zonas rurales, también generan servicios ambientales para toda la población. El agua que utilizamos, la electricidad que consumimos, la conservación del patrimonio de biodiversidad, y los paisajes atractivos para el turismo dependen estrechamente de la sostenibilidad del desarrollo rural, y de la calidad de vida de los habitantes de las zonas rurales.

Una de las opciones de desarrollo en sectores rurales es el impulso al turismo rural y agroturismo orientado inicialmente a segmentos poblacionales del mercado interno y eventualmente, a extranjeros que se interesan particularmente por la cultura rural. Entre las múltiples actividades relacionadas con el turismo están las producciones de artesanías de tradición local, la producción de conservas artesanales de productos hortofrutícolas, en general, la posibilidad de apertura del mundo rural para ser conocido en todas sus expresiones, en todo su quehacer.

En Nariño se ha encontrado una serie de procesos comunitarios de campesinos e indígenas, que trabajan por el bienestar ambiental y de recuperación de sus recursos naturales y productivos, es el caso específico de la asociación TIERRANDINA, una organización campesina que mantiene una cobertura de tres municipios de la zona occidental del Departamento de Nariño, con un promedio de mil familias campesinas asociadas en los municipios de Yacuanquer, Consaca y Sandoná. Los procesos ecológicos que se han generado en esta población tienen un periodo de cinco años impulsando y desarrollando nuevas alternativas productivas que generan una filosofía ambientalista, de conservación, de recuperación de valores culturales ancestrales, con un amplio sentido de sostenibilidad y bienestar social.

El presente trabajo se concentra en los miembros de la asociación campesina TIERRANDINA debido a que los mismos no cuentan con un Plan de Marketing Turístico, lo cual impide que puedan estructurar políticas y objetivos que guíen y

enmarquen las prioridades de su actuación en el marco de la actividad de comercialización de la zona amortiguadora del galeras.

Con este estudio se diseñó un Plan de Marketing Turístico para la promoción del Santuario de Flora y Fauna Galeras cuya implementación permita alcanzar los niveles de comercialización esperados, a partir del portafolio de servicios que se van a ofrecer.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta la situación planteada, la línea de investigación que soporta este trabajo es planes de mercadeo turístico.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los productos de la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG) no han podido explotarse al máximo, debido a muchas dificultades, entre las que se pueden nombrar: la asociación campesina TIERRANDINA que opera en la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG) carece de un direccionamiento estratégico relacionado con el turismo sostenible, y el aprovechamiento de la belleza paisajística de la región. Ya sea por la estructura organizacional de la asociación, por su carácter conservacionista o por las dificultades culturales que existen y retrasan las iniciativas empresariales. O bien por la falta de conocimientos profesionales sobre el tema de marketing turístico, por parte de sus dirigentes, a lo cual se suma la escasa inversión privada, falta de gestión comercial por parte de los comercializadores, promotores y distribuidores de servicios turísticos de Nariño, en especial de la ciudad de San Juan de Pasto. Además se presenta una escasa visión de los potenciales turísticos de la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG), infraestructura deficiente y en algunos casos inexistente, insuficiente promoción profesional de los productos turísticos, manejo inadecuado de los canales de distribución e información entre otros.

Nariño es una preciosa región de Colombia (donde el verde es de todos los colores, en palabras de Aurelio ARTURO) con una economía rural basada en la agricultura, la ganadería y en menor medida, la artesanía; las condiciones de vida de muchos de sus habitantes en municipios, pueblos y veredas dedicados a la agricultura son bajas, debido a que las etapas del ciclo agrícola, generan tiempos de desocupación y por consiguiente, pérdida de valioso tiempo productivo, y un mal uso de los recursos a disposición.

A pesar de que el turismo ha sido observado en el Departamento de Nariño como una alternativa de desarrollo económico, en la práctica son muchas las dificultades para implementar acciones en materia de turismo. Tales dificultades se deben entre otros aspectos a las limitaciones presupuestales que ha padecido el departamento, a la carencia de organización que impide ver la importancia del desarrollo turístico (por lo que se genera un escaso aprovechamiento de las ventajas comparativas que posee esta actividad en el departamento), a la falta de acciones y procesos especializados encaminados al mejoramiento de los

diferentes productos turísticos ya sean bienes o servicios que se pueden ofertar en la actividad turística como tal.

Así mismo el manejo que se le ha dado al turismo de la Zona Amortiguadora Del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG) en los municipios de Yacuanquer y Consacá carece de características propias de la prestación de este servicio, limitando y subutilizando el potencial que la zona posee en este campo, a pesar de ser una zona con características propias de un alto potencial turístico. Se está perdiendo la oportunidad de explotación turística y lo que esto significa para el desarrollo socioeconómico de la región, debido a que las organizaciones gubernamentales y las asociaciones que trabajan en la región, no cuentan con los conocimientos turísticos y comerciales necesarios, para la implementación de un plan turístico en la zona.

De la misma manera no se ha consolidado un cluster turístico en el departamento de Nariño, con características propias como estructura competitiva, y la generación de valor agregado necesaria; sin embargo algunas de las cadenas productivas de la región han desarrollado un conjunto de actividades que para este caso específico, se pueden denominar cluster por motivos estrictamente académicos.

El “cluster turístico de Nariño” (CTN) carece de la productividad y competitividad necesaria para crecer y atraer nuevos elementos a este para generar mayor desarrollo al cluster mismo.

Por fuera del Carnaval de Blancos y Negros, el Departamento de Nariño carece de productos turísticos perfilados a nivel nacional, que atraigan la atención de turistas a gran escala; sin embargo los productos ecoturísticos pueden convertirse en el medio por el cual se llegue a un posicionamiento, y productividad del cluster, al haber una gran cantidad de atractivos de este género, queda por dejar a la inversión privada, la adecuación de los productos para su comercialización y operatividad, además de vincular en el proceso a elementos de la superestructura turística como Corponariño y la división de parques naturales, con los cuales es necesario negociar puntos de equilibrio en lo que respecta a autonomía de decisión y acción concernientes a explotación sostenible de los productos turísticos. Aunque en este caso en específico, será necesaria su colaboración, que para efectos turísticos deberán fiscalizar el servicio que los operadores y comercializadores turísticos ofrezcan.

Es obvio que el Cluster turístico de Nariño “CTN” carece de competitividad, este adolece de muchos inconvenientes estructurales profundos que a la postre retienen el desarrollo y el funcionamiento del cluster, sin embargo en el largo plazo es posible un progreso importante basados en el desarrollo sostenible del ecoturismo.

Para los productos turísticos del departamento, la competencia es muy incisiva, por ejemplo la COCHA y los atractivos de turismo ecológico y de naturaleza se ven rezagados, por falta de infraestructura adecuada para su explotación sostenible, y otros clusters competidores con productos como el Parque Tairona, Cabo de la Vela o el Parque del Café, se llevan la mayor atracción como turismo de este género.

Se insiste en que los limitantes estructurales para el desarrollo turístico pueden ser corregidos en el mediano-largo plazo, con un manejo adecuado de comunicación, promoción y distribución de los elementos que conforman el cluster turístico del Departamento de Nariño, que logren consolidar un sector turístico competitivo.

Es necesario en este caso generar un manejo estratégico de las variables de marketing turístico (producto y servicio, precio, distribución, promoción) y logístico adecuado a partir de un diagnóstico turístico de la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG), y su consecuente plan de marketing que será dirigido por la asociación campesina TIERRANDINA.

Sin embargo las amenazas del cluster, son de gran dificultad de manejo, inclusive una, y tal vez la mayor de ellas y la de más alta incidencia, la inseguridad, que es de difícil manejo por parte de operadores, o comercializadores, aunque el gobierno ha hecho esfuerzos por mantener al límite la expansión de la violencia, esta es y será el peor elemento que amenace la búsqueda de turismo internacional considerable.

Muchos de los productos turísticos del departamento, aun no están en forma comercializable, sin embargo, aún en esta forma, son amenazados por la competencia interna del país que parece desarrollar elementos extras de competitividad con mayor velocidad que los productos turísticos de Nariño, esta amenaza puede ganarle gran parte de la participación turística al departamento. Por eso es vital que se generen planes de comercialización competitivos y creativos de los potenciales turísticos para contrarrestar esta dinámica de los competidores.

Por otra parte la competencia internacional, como la del Ecuador o Perú con mayor trayectoria y con unas características culturales y naturales posicionadas en el mercado internacional, amenazan el desarrollo de los productos turísticos de Nariño, además de llevarse la mayoría de la demanda de turismo internacional que ofrece la zona andina.

La Gobernación de Nariño, en coordinación con las entidades públicas y privadas del sector turístico del Departamento, vienen adelantando el proceso de construcción colectiva del Plan de Desarrollo Turístico de Nariño, soportado en el Plan Estratégico, donde se identifican las líneas, políticas, programas y proyectos que se deben implementar para lograr que en el año 2010 Nariño se convierta en

destino turístico, teniendo en cuenta que en el ejercicio de construcción de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, se identificó la cadena del turismo como una de las de mayor potencialidad y futuro para el Departamento.

El plan de desarrollo turístico, que la gobernación ha brindado a este estudio, así como algunas entidades dedicadas al turismo en Nariño como la Oficina Departamental de Turismo, Cotelco Capitulo Nariño, Corponariño, Dirección de Parques Nacionales Naturales, y agencias de viajes servirán de guía, para la ejecución de este proyecto empresarial, así como la elaboración de este documento de carácter académico.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿ Qué características debe tener un plan de marketing turístico, como alternativa de desarrollo económico por la asociación campesina TIERRANDINA, responsables de la Zona Amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG) perteneciente a los municipios de Yacuanquer y Consaca en el Departamento de Nariño ?

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿La formulación de un plan de marketing para la asociación campesina TIERRANDINA contribuirá en el desarrollo de la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG) como un destino turístico sostenible?

¿Que productos turísticos de la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG), pueden perfilarse como atractivos turísticos eco sostenibles y como reconocerlos?

¿Que herramientas puede utilizar la asociación campesina TIERRANDINA para generar demanda de productos agroturísticos y ecoturísticos en la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG), en los municipios de Consacá y Yacuanquer?

2. OBJETIVOS.

2.1 Objetivo General. Desarrollar un plan de marketing, para la asociación campesina TIERRANDINA, para estimular la demanda turística nacional en la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG) en los municipios de Yacuanquer y Consaca, en el Departamento de Nariño, en el primer trimestre del año 2007.

2.2 Objetivos específicos.

- ✓ Realizar un inventario turístico en la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG), para preponderar los potenciales atractivos turísticos a promocionar para el primer trimestre del año 2007.
- ✓ Plantear elementos de un portafolio de servicios turísticos explotables por parte de la asociación campesina TIERRANDINA para los municipios de Yacuanquer y Consaca, de acuerdo al inventario turístico hecho en la región, en el primer trimestre del año 2007.

2.3 JUSTIFICACIÓN.

El mundo se enfrenta a una serie de tendencias turísticas con enfoques diversos en materia de atractivos, Colombia no es ajena a este fenómeno y a diferencia de muchos lugares del mundo este es un país enriquecido por el sin número de atractivos, que fácilmente pueden satisfacer las necesidades de muchos tipos de turistas.

Sin embargo es necesario destacar que un turismo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo. En lo que respecta a su vertiente económica, además de la cifra de negocios correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restauración, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- La rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural.
- La reactivación de la economía local.
- Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos.
- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural.
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad.
- Intercambio cultural-urbano.
- Transmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad.

No hay ninguna razón para creer que el turismo declinará como actividad internacional en el futuro. Todo se inclina a suponer que aumentará para convertirse en un aspecto significativo del desarrollo económico y social en muchos países. El desafío, entonces, es asegurar que ese crecimiento pueda acomodarse dentro de una estructura sostenible.

Es por eso necesario buscar, implementar y desarrollar, procesos alternativos que sirvan de apoyo económico al proceso agrícola, y aprovechar ciertos factores explotables, como la diversidad en recursos naturales, la belleza de los paisajes naturales, la tranquilidad y descontaminación de la vida de campo, y una cultura bien definida e interesante, para descubrir.

Este proyecto busca que la asociación campesina TIERRANDINA a través de implementar un plan de marketing aspire estimular la demanda del interior del país, y eventualmente a mediano y/o largo plazo la demanda de turistas internacionales, con el fin de mejorar la calidad de vida de los actores involucrados, y la explotación sostenible de los potenciales productos turísticos en la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG). Asimismo este proyecto propone la interacción necesaria entre la comunidad y la universidad, como objeto necesario de desarrollo regional.

Actualmente la asociación campesina TIERRANDINA reconoce la importancia del desarrollo turístico como alternativa económica. Además esta asociación no posee un plan de marketing turístico para la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG), y aunque se puede lograr el desarrollo del turismo de diversas formas o realizar diferentes actividades, una de las más factibles es utilizar el Marketing como una herramienta de trabajo.

Con los resultados de esta investigación se espera:

- Delinear estrategias para mejorar las ofertas turísticas de la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG).
- Delinear acciones para mejorar la Imagen turística de la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG) y de Nariño.
- Proponer acciones para posicionar la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG) como un centro turístico regional.

Se entiende que los resultados que se obtendrán con la realización de esta investigación, serán útiles para la resolución del problema de investigación expuesto, ya que si el Marketing es utilizado a un nivel profesional como una herramienta importante en el quehacer de la industria turística en el Departamento de Nariño, se forjará una pieza clave para aumentar los ingresos, la calidad de

vida y la utilidad departamental, y contribuyendo, de esta manera, a la recuperación económica de los campesinos de la Zona Amortiguadora del Santuario de Fauna y Flora Galeras (ZASFFG) del Departamento de Nariño.

El gobierno departamental está convencido que el turismo es una de las más sólidas y novedosa alternativas para profundizar en el cambio estructural que el Departamento de Nariño necesita. La industria turística se encuentra hoy mejor organizada; la iniciativa privada, las organizaciones sociales integradas al turismo y las autoridades, trabajan en torno a un proyecto común. El Plan de Desarrollo de Nariño, establece al turismo como una prioridad que contribuye de manera decisiva en el desarrollo económico del departamento, convirtiendo a la actividad turística como el recurso por excelencia del sector terciario.

Las líneas de acción y estrategias que se señalaran en este documento coinciden con los Planes de Desarrollo Departamental y Nacional. Los proyectos y programas contemplados no son limitantes, sino que marcan el rumbo sobre el contexto y tendencias mundiales y al análisis y evaluación de las posibilidades turísticas.

El turismo es actualmente es una gran industria del mundo, genera construcción de infraestructuras, generaliza el desarrollo, complementa producción de otras actividades económicas, promueve la comprensión entre los pueblos, preserva las tradiciones y promueve el desarrollo de la comunidad global. El Departamento de Nariño por su parte, tiene todas las condiciones para hacer una campaña exitosa de turismo receptivo, especialmente en la Zona Amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG), mediante la implementación de un plan de marketing turístico, manejado por la asociación campesina TIERRANDINA¹ en, que hace importante presencia en la zona en cuestión y así generar un desarrollo turístico y rural sostenible que mejore las condiciones de vida de la zona, como parte importante del impulso al desarrollo departamental.

¹ TIERRANDINA jurídicamente fue constituida por documento privado del 24 de Noviembre de 2003 de Pasto, Inscrita en la Cámara de Comercio el 12 de Diciembre de 2003 bajo el Número 9945 del Libro I, y se denomina Asociación de Comunidades Campesinas Andinas de Nariño.

Tiene por objeto social operar como una entidad sin animo de lucro, generar desarrollo sostenible en las comunidades campesinas andinas de Nariño, conservando la vida, la naturaleza, nuestras creencias, costumbres y tradiciones mediante la creación y ejecución de programas ambientales, sociales, culturales, económicos, políticos y organizativos, utilizando mecanismos de planificación participativa, autogestión y formación tecnológica propia, el liderazgo, autonomía y solidaridad, entre otros.

2.4 DELIMITACIÓN

Para efectos de esta investigación se determinó realizar el estudio en un espacio de tiempo de 4 meses. Geográficamente el proyecto se adelantó en la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG), en los Municipios de Yacuanquer y Consaca, en el Departamento de Nariño.

3. MARCO DE REFERENCIA

3.1 MARCO TEÓRICO

3.1.1 El turismo. Es preciso ofrecer una visión retrospectiva y prospectiva del proceso de cientificación del turismo, y, especialmente, se considera oportuno identificar los factores históricos que han hecho posible que el turismo alcance las actuales dimensiones académicas y la profundidad de las mismas.

Tal vez sean muy escasas las industrias que han experimentado cambios tan rápidos como el turismo, a pesar de sus viejos orígenes, sobre todo durante las últimas décadas. Cuando las comunidades y los países descubrieron sus ventajas económicas y unieron sus esfuerzos para aprovechar sus potencialidades, el turismo dio lugar, repentinamente, a pujantes negocios, a intercambios internacionales y a una mega industria global.²

El turismo se ha desarrollado en poco tiempo, pasó a ocupar el segundo lugar después del sector petrolífero, más tarde lo igualó y después consiguió rebasarlo hasta el punto de que ya es la primera industria del mundo. Al mismo tiempo, se hicieron esfuerzos para desarrollar un cuerpo de conocimientos con capacidad para comprenderlo y para orientar su planificación y desarrollo en todas las fases y en todos los ámbitos: localmente, regionalmente e internacionalmente. Con respecto a su cientificación, también ha experimentado un proceso muy rápido y hoy se reconoce como una importante y legítima área de investigación en numerosas universidades del mundo³.

El estudio del turismo genera un conjunto de estrategias diseñadas, y basadas en una fusión de conocimientos que puede beneficiar y beneficiará a todos aquellos que están directa o indirectamente relacionados con el turismo, es decir, el empresariado y los organismos públicos encargados de él, los turistas que gastan su tiempo de ocio y sus ingresos disponibles para conocer pueblos y lugares cercanos y lejanos, las comunidades cuyos recursos son puestos a disposición de los turistas y las numerosas industrias que los alojan y, finalmente, las instituciones dedicadas a la investigación, a impartir enseñanza y a su continua mejora en el campo del turismo, ahora residenciadas en muchas universidades del mundo⁴.

² GÓMEZ DEL MORAL, Eugenio. El Turismo. Historia y Futuro. Temis. Barcelona. 1998. p. 12

³ Ibíd. p. 14

⁴ DUCROIX M., Pierre. El turismo en el ámbito de la globalización. Paris. 2004. p. 23

Evolución del pensamiento turístico. En la actualidad el turismo es considerado como la mayor fuerza económica del mundo y un gigante industrial de dimensiones globales. Las publicaciones de la OMT, entre otras, demuestran que el turismo viene experimentando un crecimiento sostenido desde la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, en 1950, 25,3 millones de llegadas turísticas internacionales dieron unos ingresos de 2,1 billones de dólares⁵. A fines del siglo XX, en 1998, 625 millones de turistas internacionales generaron 445 billones de dólares⁶. En el mismo año, el gasto total en turismo nacional e internacional rebasó los 3 trillones de dólares, una cifra que, según expertos, es varias veces mayor que el gasto mundial en defensa. O dicho de otro modo, el gasto mundial en turismo excede el PIB de cualquier país si se exceptúan USA y Japón. Las previsiones sobre el volumen del turismo para el siglo XXI son realmente impresionantes.

El crecimiento sostenido del turismo desde la Segunda Guerra Mundial, especialmente durante las últimas décadas, ha despertado un enorme interés como industria y como fenómeno. Una revisión de la literatura demuestra el crecimiento de la popularidad del turismo. Con el fin de evidenciarla se agrupan los escritos y las ideas de las últimas décadas en cuatro grupos, cada uno de los cuales constituye una postura o plataforma de pensamiento. Estos grupos o plataformas son los siguientes:

- ✓ Plataforma Favorable
- ✓ Plataforma Desfavorable
- ✓ Plataforma Conciliadora
- ✓ Plataforma Científica

Estas serán expuestas a continuación como surgieron en el tiempo, es decir, cronológicamente, de forma que cada una lleva a la siguiente pero sin que ninguna de ellas haya reemplazado a las demás ya que las cuatro siguen coexistiendo en la actualidad⁷.

Plataforma Favorable: El bien: La primera postura estaba formada por aquellas empresas o instituciones, incluyendo empresas privadas, organismos públicos y asociaciones del comercio entre otras directa o indirectamente relacionadas con las perspectivas económicas del turismo. Estos grupos de "interés" sostienen frecuentemente que el turismo es una industria, por que genera trabajo intensivo con beneficios que se difunden por toda la sociedad, constituye una solución

⁵ Wto organización mundial de comercio, OMT – informe general 2005.

⁶ Latin focus december 2000. informe OMT turismo internacional.

⁷ información tomada de www.eumed.net "Contribuciones a la Economía" revista académica con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 16968360

económicamente viable para muchas comunidades y países, genera relaciones comerciales necesarias para el sostenimiento de los países del mundo y tiene muchos otros efectos beneficiosos; Para situar al turismo bajo una luz siempre favorable, la Plataforma Favorable aporta también otros argumentos. Según ella, el turismo, preserva la naturaleza, mejora el medioambiente, recupera las tradiciones del pasado, fomenta la cultura, facilita la comunicación intercultural, y promueve la paz del mundo.

Este conjunto de perspectivas socioeconómicas, entendidas de forma agrandada, ha aumentado su crecimiento y promoción en destinos próximos y lejanos.

Los efectos del turismo según la Plataforma Favorable.

Puede generar beneficios económicos:

- ✓ Trabajo intensivo y crear empleos: de pleno tiempo, estacionales. a tiempo parcial. sin cualificar
- ✓ Intercambios comerciales con el exterior
- ✓ Construcción de infraestructuras
- ✓ Generalizar el desarrollo
- ✓ Complementar producción de otras actividades económicas
- ✓ Multiplicar efectos

Beneficios socioculturales:

- ✓ Generalizar la educación
- ✓ Promover la comprensión entre los pueblos y la paz
- ✓ Eliminar fronteras:
 - ✓ lingüísticas
 - ✓ raciales
 - ✓ políticas
 - ✓ religiosas
- ✓ Preservar las tradiciones
- ✓ Promover el desarrollo de la comunidad global
- ✓ Facilitar la valoración de las diferentes culturas

Plataforma Desfavorable: el mal. Con el paso del tiempo, comprobaciones casuales y también investigaciones respetables pusieron sobre la mesa efectos del turismo que empezaron a cambiar la postura favorable. Las nuevas voces, claramente audibles durante la década de los sesenta, aumentaron hasta dar lugar a la Plataforma Desfavorable en la década siguiente. Miembros de la comunidad de expertos, especialmente los que en el sector público y en el sector privado se ocupan de la protección de la cultura y la naturaleza, contribuyeron al surgimiento de la postura desfavorable. El mensaje de esta plataforma no se limita a los beneficios económicos y sostiene que la industria turística: genera empleos que

son en su mayor parte estacionales y no cualificados, beneficia solo a las empresas y a las grandes corporaciones, destruye los recursos naturales y paisajísticos, mercantiliza los pueblos y las culturas, distorsiona la estructura de la sociedad anfitriona. Hoy como ayer, la segunda postura parte de un rechazo absoluto de la primera posición a base de elaborados pronunciamientos sobre los efectos negativos del turismo.

Dado que los partidarios de estas dos plataformas siguen aun expresando sus respectivos argumentos (aunque nunca de un modo organizado o con una voz unificada) fue inevitable que discutieran acaloradamente entre ellos, discusiones que alcanzaron su apogeo durante los años setenta. Los choques, frecuentemente cargados de tensiones, incluyen intercambios de visiones y posturas e insidiosas críticas a las posiciones del contrario. Por cada uno de los puntos propuestos por la Plataforma Favorable, la Plataforma Desfavorable propone un contra punto, una situación que nunca puede conducir a un diálogo fructífero.

Consecuencias del turismo según la Plataforma Desfavorable.

Puede producir costos económicos:

- ✓ Causar inflación
- ✓ Grandes pérdidas
- ✓ Traer estacionalidad y contribuir al desempleo
- ✓ Facilitar la difusión de rumores, enfermedades y fluctuaciones económicas
- ✓ Provocar un desarrollo económico desequilibrado
- ✓ General extrañas dependencias
- ✓ Dañar los recursos y provocar intrusión visual

Costos socioculturales:

- ✓ Contribuir al desentendimiento
- ✓ General estereotipos
- ✓ Traer xenofobia
- ✓ Producir contaminación social
- ✓ Mercantilizar la sociedad así como su cultura, su religión y sus expresiones artísticas
- ✓ Romper la estructura familiar
- ✓ Contribuir a la prostitución
- ✓ Incrementar la criminalidad
- ✓ Inducir a conflictos en la sociedad anfitriona

Plataforma Conciliadora: El cómo. Dado que los debates entre la Plataforma Favorable y la Plataforma Desfavorable se refieren sobre todo a los impactos de la industria, se puede deliberar que unas formas o tipos de turismo podrían tener menos efectos negativos que otras formas o tipos alternativos adoptados. De aquí

que se fuera prestando cada vez más atención a una tercera postura en la década de los ochenta: la Plataforma Conciliadora.

Basándose en las dos posturas anteriores, la tercera postura surgió favoreciendo aquellas formas de turismo que son especialmente respetuosas con las comunidades anfitrionas y con su cultura y su medioambiente al mismo tiempo que favorece al turista por medio de oportunidades y experiencias positivas. Las estrategias que propone se conocen como agroturismo, turismo consciente (apropriate tourism), turismo basado en la comunidad, turismo controlado, turismo de cabaña (cottage), turismo cultural o étnico, ecoturismo, turismo de granja, turismo verde, turismo indígena, turismo pro vida (lifeseeing), turismo natural, turismo responsable, turismo rural, turismo sensible, turismo blando y turismo sostenible; a la lista hay que añadir el “no turismo” considerado como una verdadera alternativa.

En general, la Plataforma Conciliadora sostiene que todas estas formas de turismo se basan en el respeto a la comunidad anfitriona, emplean los recursos locales, son relativamente fáciles de gestionar, no son destructivas, benefician tanto a los anfitriones como a los huéspedes y mejoran la comunicación entre ellos. El turismo conciliado, al margen de su naturaleza o de su envergadura, se presenta como un conjunto selecto de opciones alternativas a las convencionales, masificadas, mercantilizadas, descontroladas y duras, que son las que se practican hoy por doquier.

Una de las alternativas más recientes, la conocida como ecoturismo, atrae la atención de los operadores, los gobiernos, los investigadores y los pedagogos, como la primera a recomendar por sus indudables ventajas. Es evidente que esta y otras formas “alternativas”, ya aplicadas o que aun no lo han sido, tienen el carácter de remedios parciales y también que las estrategias que propone la Plataforma Conciliadora son incapaces de satisfacer las necesidades de alojamiento del creciente flujo de turistas que se genera en el mundo. Es cierto que las formas y las prácticas pueden ser conciliadas pero el flujo de turistas no puede ser interrumpido.

Plataforma Científica: El por qué. Las posturas sostenidas por las Plataformas Favorable, Desfavorable y Conciliadora están entre las principales condiciones y factores que han influido en el desarrollo del pensamiento en el turismo.

✓ Se reconoce que, en general, independientemente de lo que digan estas posturas, el turismo es una industria global de grandes dimensiones que atiende diariamente a millones de turistas y que tanto el turismo como la industria existen y seguirán existiendo.

✓ Cualquier desarrollo, incluido el turismo, genera efectos deseables y consecuencias indeseables, pero lo que verdaderamente interesa es la relación entre costes y beneficios.

✓ Los criterios de las Plataformas Favorable y Desfavorable sobre los impactos y los de la Plataforma Conciliadora sobre las formas de desarrollo constituyen una visión parcial o limitada.

✓ Cuando el turismo se plantea como algo completo o integrado, es decir, como un sistema para la adecuada comprensión de sus estructuras básicas y de sus funciones se forma un corpus de conocimiento científico sobre dicha materia. Al mismo tiempo van surgiendo valiosos desarrollos de construcciones teóricas sobre un fenómeno del que se ocupa una institución global y se transforma en un negocio que es una mega-industria.

Como consecuencia de estas ideas, interrelaciones, procesos y asimilaciones, durante la última década del Siglo XX aparece una cuarta postura, la Plataforma Científica. Esta última Plataforma, formada sobre todo por pedagogos e investigadores de la comunidad universitaria, constituye por sí misma una verdadera aportación de naturaleza científica que no debería tener relaciones con las tres primeras plataformas. Gracias a su enfoque equilibrado, se configura como un corpus de conocimiento objetivamente configurado que tiende puentes de conexión, no ataduras, con otros enfoques.

Posteriormente, la plataforma: Estructura de un modo sistemático el estudio del turismo, le anexiona varios campos de investigación o disciplinas, determina su lugar en el amplio contexto multidisciplinario que lo genera y acomoda, examina sus funciones a nivel personal, sectorial, empresarial, gubernamental y sistémico, identifica los factores que lo influyen y que son influenciados por él. Todo lo cual quiere decir que contribuye a un tratamiento holístico del turismo, no solo al estudio de sus impactos o formas. El principal objetivo es la formación de un corpus de conocimiento científico del turismo.

Con un desarrollo como este que se comporta como un proceso en general simultáneo, las primeras definiciones del turismo, generalmente basadas en las millas viajadas, los motivos del viaje y el dinero gastado (que son los criterios manejados por la Plataforma Favorable), se encuentran en continua transformación. El cambio se está dando hacia definiciones de naturaleza holística que incluyen, entre otras cosas, sistemas emisores y receptores de turistas y su interdependencia en el texto y el contexto total que los pone en funcionamiento.

El turismo puede ser definido, por ejemplo, como el estudio del hombre y la mujer fuera de su hábitat usual, de las redes y el aparato turísticos, en el país en el que reside de ordinario o en los países no ordinarios (turísticos) que visita y sus relaciones dialécticas. Esta definición, e incluso otras más recientes similares,

proceden de las primeras nociones que se proponían ante todo la medición del flujo turístico o de sus magnitudes económicas desde el punto de vista de un sistema completo incluyendo la economía solo como una de las dimensiones significativas que lo configuran. Esta orientación sistémica será sin duda la seguida durante el siglo, apoyada en más definiciones revisadas y en el tratamiento holístico del turismo considerado como materia de investigación. En la actualidad, esta postura se encuentra en fase de consolidación, el trabajo de la Plataforma Científica lo está consiguiendo gradualmente.

La cientificación del turismo⁸. Las plataformas Favorable, Desfavorable y Conciliadora, consideradas en conjunto, permiten darse cuenta del proceso de formación y de la evolución del pensamiento en materia de turismo. Pero, tras este esquema general se encuentran los factores específicos (los catalizadores y los agentes de cambio) que han contribuido a esta evolución y al desarrollo del conocimiento del turismo. El estudio de este proceso de cientificación muestra que el turismo cuenta ya con casi todas las características y herramientas típicamente asociadas con las disciplinas científicas más consolidadas.

El turismo como disciplina universitaria. Como demuestra lo que se acaba de exponer, el interés de la comunidad académica en el estudio del turismo aumenta con el paso del tiempo. Pero el estudio y la investigación es uno de los aspectos a valorar del mundo científico; la instrucción es el otro. Muchas universidades han ampliado progresivamente el número de cursos que ofrecen incluyendo los de turismo. A principios del siglo pasado, varias Universidades europeas contaban ya con cátedras de turismo. Las Universidades de Estados Unidos descubrieron el turismo mucho más tarde. Al principio fueron los Departamentos universitarios dedicados a la enseñanza de la gestión hotelera los que incluyeron el turismo en sus programas de estudios. Inmediatamente después, el turismo entró en los Departamentos dedicados a administración de negocios, ocio y recreación, e incluso en los de ciencias sociales.

La oferta actual cubre una gama que va desde elementales cursos de turismo para todas las edades hasta diversas diplomaturas y licenciaturas universitarias. Significativamente, el número de Universidades que ofrecen titulaciones de grado superior sigue aumentando. Desde hace varios años, diversas universidades han ampliado sus programas de doctorado en materias como educación, recreación y planificación regional y urbana para incluir el turismo y unas pocas están ofreciendo doctorados en turismo de un modo independiente. El análisis detallado de los programas de enseñanza y las lecciones escritas sobre turismo revelan que esta verdadera materia multidisciplinar está experimentando una creciente popularidad tanto en número de centros como en áreas de enseñanza e

⁸ *Ibíd.*

investigación. Pero estos desarrollos no están teniendo lugar de una forma aislada. También influyen otros factores y otros agentes de cambio.

3.1.3 La industria Turística. La industria turística es una de las ramas de la economía que durante las últimas décadas, ha experimentado un desarrollo expansivo, con sorprendentes ritmos de crecimiento que superan en dinamismo a sectores tradicionales de la economía.

Hoy en día (y en el futuro será todavía más):

“El sector del ocio y del turismo se constituye en el elemento de apoyo a la diversificación económica y de complementariedad hacia otros sectores económicos. Su desarrollo produce un impacto que se centra básicamente sobre los siguientes aspectos: mejora de la competitividad de otras actividades económicas (sectores primario y secundario); contribución sinérgica a la terciarización de la economía; mejora de la calidad de vida e impulso de la creación de empleo”⁹.

Los procesos de globalización económica inciden directa o indirectamente en el desarrollo de la empresa turística, en la medida que, el tiempo libre se ha convertido en la oportunidad para hacer de este sector un dinamizador de procesos económicos especialmente para regiones consideradas estratégicas por su biodiversidad y manejo sustentable.

Adquiere mayor importancia en el ámbito mundial, generar ofertas cada vez más cualificadas de servicios turísticos, por lo cual se requiere analizar las posibilidades reales de las regiones en éste campo. Con certeza el turismo es una fuente importante de generación de divisas, ingresos, empleo y de recursos.

En éste sentido, el análisis del potencial turístico como actividad económica se debe hacer a partir de un enfoque integral, entendiendo que encierra un conjunto de acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el desplazamiento de los individuos fuera de su entorno natural o habitual de residencia con diferentes propósitos: ocio (tiempo libre), negocio, placer, aventura, doctrina, salud, educación, laboral, etc., los cuales implican gastos, que a la vez se constituyen en beneficios para la zona o región de destino.

Por tal razón el análisis del sector debe verse bajo una óptica articuladora en tanto representa una actividad multisectorial y multidisciplinaria, en la que participan las diferentes áreas económicas productivas de actores públicos y privados.

⁹ GABIÑA, Juanio. Prospectiva y Planificación Territorial, hacia un proyecto de futuro. p. 64

Este sector no tiene determinado con claridad la existencia de un producto “único tangible”, sino que lo conforman un conjunto de servicios que varían de acuerdo con las condiciones particulares de cada región y que por lo tanto reclaman programas específicos que permitan el factor diferencial en la oferta mundial.

El turismo mundial alcanzó un nivel récord en el año 2002, pese a los temores causados por el terrorismo, aunque los viajes se limitaron a sitios cercanos, fueron menos prolongados y con menos gastos¹⁰.

Por primera vez, el número de llegadas internacionales superó la marca de 700 millones, a casi 715 millones. Esa cifra significa un incremento de 3,1% frente al 2001, cuando los ataques del 11 de septiembre desencadenaron un descenso de 0,6% en comparación con el año anterior. Durante los próximos años el número de turistas internacionales llegará a 661 millones, según las estimaciones de la Organización Mundial de Turismo y, aún más importante, uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo será generado, directa o indirectamente, por esta actividad¹¹.

Con 12% del PIB mundial y 200 millones de empleos (8 % del empleo mundial), el turismo es la primera industria del planeta. En 1998, los 635 millones de turistas generaron un ingreso de 468 mil millones de euros. Entre los años 1950 y 2000, el número de turistas pasó de 25 a 702 millones, con un crecimiento de 4% por año. Si las tendencias actuales continúan, la Organización Mundial del Turismo - OMT - prevé 1.000 millones de turistas en 2010 y 1.600 millones en el 2020. La política de turismo reciente ha puesto énfasis en mejorar la competitividad del sector en sus productos y en sus destinos. Se ha centrado en atender las necesidades y el desarrollo del turismo doméstico que en el orden internacional y en Colombia representa el 80% de los desplazamientos por motivos turísticos¹².

En Colombia¹³, el turismo no ha tenido el dinamismo de otras regiones del mundo y su participación en el turismo americano se reduce al 0.92% y al 0.02% del turismo mundial. El turismo receptivo proviene principalmente de Ecuador y Venezuela (55%), seguido por Estados Unidos (15%) y Europa (10%). El turismo doméstico, soporte del turismo nacional, apenas lo realizan el 8% de los hogares colombianos.

¹⁰ OMT. Organización Mundial de Turismo. Documento Fotocopiado.

¹¹ *Ibíd.*

¹² *Ibíd.*

¹³ Citado por Comité Interinstitucional 2005 versión preliminar Diagnóstico Plan de Acción de la Biodiversidad para Nariño, Eje Utilizar – Ecoturismo, tomado del libro BIOCOMERCIO: Estrategias para el desarrollo sostenible en Colombia. Instituto Alexander von Humboldt, 2001 / Editado por María Paula Quinceno. Bogotá, 433 p.

Sin embargo, el comportamiento del sector turístico en Colombia y en nuestra región afronta una serie de problemas; los más graves, además de la imagen negativa del país en el exterior y la inseguridad, pueden concretarse en la pérdida de competitividad y en el deterioro de los destinos turísticos tradicionales.

El trabajo en materia de competitividad, incluyendo mejora de infraestructuras, capacitación plan de seguridad, jornadas empresariales para acercar los esquemas de crédito al usuario del sector, unido a una efectiva campaña promocional, han conducido a un real fortalecimiento de los destinos turísticos más importantes para los colombianos. La tendencia a la recuperación del turismo doméstico se acentúa en la temporada de fin de año, unidas al programa de seguridad democrática, se organizaron las caravanas turísticas “Vive Colombia, viaja por ella” como mecanismos para generar confianza en los viajeros por carretera y para reactivar el turismo interno.

El resultado de esta experiencia ha sido la recuperación de la confianza de la ciudadanía en la capacidad de las autoridades para protegerla en los ejes viales más importantes del país, una estrecha alianza entre los diversos entes estatales y una masiva movilización de los colombianos con una contribución notoria a la recuperación de la economía. En tal sentido y pese a que no se cuentan con estadísticas que cuantifiquen el desarrollo de esta actividad, el departamento de Nariño cuenta con un potencial poco aprovechado y poco estudiado, que se puede constituir en el factor diferencial de la oferta turística regional, siendo entonces necesario ligar lo cultural al análisis del sector turístico.

Todo lo anterior, permite visualizar posibilidades reales de mejoramiento de las condiciones de la economía regional mediante el aprovechamiento del potencial turístico, expresado en la diversidad de factores (culturales, ambientales, geoestratégicos, entre otros). Se trata de construir un escenario donde se articule una estructura sustentable con una política gubernamental eficiente para el sector.

La primera consideración a tenerse en cuenta para conocer el estado del arte de la empresa turística en el Departamento, se relaciona con criterios de subsistencia, crecimiento y utilidad, que los actores de acuerdo con su experiencia y conocimiento determinen. Nariño se caracteriza por ser un departamento eminentemente agrícola y por poseer todos los pisos térmicos desde el mar hasta la cumbre de sus volcanes, obviamente dadas estas características también es muy rico en biodiversidad y desarrollo de sus ecosistemas. Se dice que Nariño es el resumen de Colombia en un departamento. Su economía está basada en la agricultura, la ganadería y, en menor medida, la artesanía, el turismo, la minería y la pesca. Los estándares a nivel turístico en el departamento son:

SUBSISTENCIA: Entendido como la etapa en la cual las empresas se dedican a mantenerse en el mercado o en la sociedad, sin generar crecimiento o desarrollo

significativo que les implique sostenibilidad en los momentos de crisis. NIVEL BAJO

CRECIMIENTO: La empresa en esta etapa se consolida como tal, aunque su preocupación es más en procura de mejorar la eficacia y sus indicadores. Muchas veces se desaparecen porque descuidaron al ser humano como razón de ser de su existencia empresarial. NIVEL MEDIO

UTILIDAD: Etapa donde las empresas logran desarrollo económico, social, ambiental, cultural que les permite enfrentar ventajosamente crisis o coyunturas negativas del entorno. NIVEL ALTO.

3.1.4 Plan de marketing turístico. En una economía se encuentran cuatro agentes que desempeñan un papel importante a saber:

- ✓ Las familias consumidoras de los bienes finales que generan las organizaciones
- ✓ Las empresas que producen bienes primarios, intermedios y finales
- ✓ El sector externo que realiza las exportaciones e importaciones de bienes y servicios y finalmente
- ✓ El gobierno que regula la actividad económica.

Con estos actores se relacionan dos fuerzas muy importantes; la oferta y la demanda, siendo estas dinamizadas por el Mercadeo, actividad muy importante en la planeación, organización y ejecución en el mundo de los negocios, que mediante el intercambio y las negociaciones con los grupos meta satisface las necesidades y deseos de los clientes y a su vez las metas de la empresa permitiendo el logro de los objetivos que estas persiguen.

El mercadeo juega un papel importante en la vida actual, por que gracias a todas las actividades desarrolladas con los agentes en la economía, las personas pueden disfrutar de los bienes necesarios para satisfacer las necesidades y mantener su nivel de vida. El marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros. La gestión de mercadeo es una filosofía de la organización al servicio del cliente para satisfacer sus necesidades y lograr los objetivos de la empresa¹⁴.

El concepto de marketing implica acción para conquistar los mercados, análisis para comprenderlos, y una ideología para la construcción de la sociedad de consumo, para ello la gerencia de mercadeo debe cumplir responsabilidades como el análisis de las oportunidades del mercado, el establecimiento de objetivos,

¹⁴ CALDERÓN MUÑOZ, Juan Camilo. El marketing a su alcance. Universidad Javeriana. Notas de clase. Programa Ingeniería Industrial. Cali, 2002. p. 12

organización de los recursos para la mezcla de mercadeo, creación de la oferta y evaluación y control de las actividades de marketing.

El mercadeo ha evolucionado y pasado por diferentes etapas como la autosuficiencia económica, el comunismo primitivo, el trueque, los mercados locales, la etapa de economía monetaria, la de capitalismo primitivo, la de producción en masa, la sociedad próspera de mercadeo, la del mercadeo social, el mercadeo uno a uno, además, los avances de la gran red como lo es el Internet que ha permitido avances y transformaciones de la globalización en la era de los negocios electrónicos

Al hablar de marketing, mercadeo, mercadotecnia y comercialización, se hace referencia a conceptos que en el Departamento de Nariño tienen el mismo significado. La gerencia de Mercadeo con el fin de obtener beneficios mediante un proceso de Planeación, Organización, Ejecución y Control busca la satisfacción de necesidades de un segmento del mercado, el cual ha sido investigado previamente para ejecutar los programas destinados a producir intercambios y negociaciones utilizando una mezcla de productos, canales, comunicaciones y precios (mezcla de mercadeo). La gestión de marketing es una organización destinada al servicio del cliente para la satisfacción de sus necesidades y lograr los objetivos de supervivencia, rentabilidad y crecimiento.

El marketing tiene fundamentos ideológicos como son los medios de venta que utiliza para conquistar mercados, mediante la publicidad, las promociones de ventas y la venta personal. Con el análisis y estudio de los mercados se enfocan las necesidades y la demanda de los consumidores, con su ideología generan actitudes hacia el consumo.

Los objetivos estratégicos de mercadeo son los logros fundamentales que se desean alcanzar para garantizar el crecimiento de una empresa, la organización o áreas de la misma, en el corto, mediano y largo plazo, para ello es necesario analizar los siguientes aspectos¹⁵:

¿Cómo mantenerme y crecer en el mercado? : Con estrategias de crecimiento, nuevos producto o nuevos mercados

¿Cómo ser diferente? : Desarrollando estrategias de competitividad, con diferencias de la competencia por productos, precios, calidad, servicio al cliente.

¿Cómo posicionar el producto o servicio? : Con estrategias de posicionamiento, buscando un lugar en la mente del consumidor.

¹⁵ Ibíd. p. 56

Las empresas excelentes saben como adaptarse y responder a los continuos cambios del mercado ya que practican el arte de la planeación estratégica orientada hacia el mercado.

La planeación estratégica orientada hacia el mercado es el proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, los recursos de la organización y las oportunidades cambiantes del mercado. El objetivo de la planeación estratégica es modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que se combinen para producir desarrollo y utilidades satisfactorias.

El propósito de la planeación estratégica es contribuir a que la empresa seleccione y organice sus negocios de manera que se mantenga sana a pesar de posibles sucesos inesperados, poco favorables, en cualquiera de sus negocios específicos o líneas de productos.

Ahora, con respecto a un plan de marketing turístico hay que decir, que ha de entenderse por tal, la estructuración detallada de la estrategia y programas de marketing elegidos, que incluyen un conjunto de tácticas y acciones sucesivas y coordinadas destinadas a alcanzar los objetivos comerciales definidos, de vender una riqueza natural, cultural y etnográfica de una región, que naturalmente ha de contar con una infraestructura adecuada para atraer la atención de los visitantes, mediante la oferta de bienes y servicios complementarios.

Todo emprendimiento turístico a nivel empresarial, importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, precisa elaborar un plan de marketing que debe reunir una serie de requisitos para ser eficaz y exige de sus responsables¹⁶:

- ✓ Una aproximación realista con la situación de la organización responsable del plan y de las condiciones del entorno en el cual se va a desarrollar en emprendimiento;
- ✓ Que su elaboración sea detallada y completa;
- ✓ Debe incluir y desarrollar todos los objetivos;
- ✓ Debe ser práctico y asequible para todo el personal, tanto del ejecutivo como del operativo, máxime cuando se desarrolla teniendo como factor fundamental el talento humano vinculado al sector campesino.
- ✓ De periodicidad determinada, con sus correspondientes mejoras; y,
- ✓ Compartido con todos los actores vinculados.

El plan de marketing turístico es esencial para el éxito de toda actividad de promoción turística y conduce a un uso eficiente de los recursos, al logro de los bienes y servicios valorados por los clientes y a la generación de los beneficios que los promotores esperan.

¹⁶ *Ibíd.* p.58

Se trata de una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. Así tenemos que el Plan de marketing turístico forma parte de la planificación estratégica de organización dedicada a promover el desarrollo turístico de una región, tal como el Santuario de Flora y Fauna Galeras y de la organización TIERRANDINA.

No se puede olvidar que un plan de marketing turístico no debe ser una actividad aislada, sino, por el contrario debe estar perfectamente unida al resto de componentes de un macroproyecto turístico (Finanzas, producción, calidad, personal, infraestructura, seguridad, entre otros), en el cual se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto.

El Plan de Marketing turístico tiene dos cometidos: Interno y Externo. El primero tiene cierto paralelismo con lo que se entiende por proyecto en ingeniería; en este prima el aspecto técnico, mientras que aquel es principalmente económico. Comparten ambos el deseo de ser exhaustivos, no se trata de un bosquejo, de una idea; en ambos casos se trata de un plan sistemático para alcanzar unos fines.

Al contrario de un plan de ingeniería, el Plan de Marketing Turístico no está sujeto a ninguna reglamentación. Su redacción concienzuda obliga a un detallado análisis de los factores de todo tipo que inciden sobre el proyecto. Esto implica que algunos análisis que hayan sido aprobados a partir de un análisis somero e intuitivo, no se llevarán a cabo por no estar clara su rentabilidad. Sin embargo, los proyectos aprobados mediante un estudio completo aprovecharán mejor las circunstancias favorables, al haber sido previstas con antelación y haber apuntado a sus posibles soluciones.

Tiene también un cometido externo: suele ser el memorando que se presenta para la captación de recursos financieros o ante los propietarios de la empresa para que decidan sobre la activación de un movimiento estratégico o el lanzamiento de un producto. En este sentido, persigue convencerles, dando la imagen de una idea sólida, bien definida y perfilada según sus objetivos. Así, debe reunir dos características fundamentales:

- ✓ Completitud: Lo que interesa está en el plan.
- ✓ Buena organización: Lo que interesa es fácil de encontrar.

Se puede hablar de dos tipos de planes de Marketing turístico: El plan para un nuevo bien o servicio y el plan anual. El primero hace referencia al bien o servicio

a introducir en el mercado y que aún no está en él; o cuando con un bien o servicio particular, ya en oferta, se intenta hacer un cambio de enfoque o posicionamiento en el mercado. El principal problema que surge con los servicios turísticos nuevos, es la dificultad de recabar información y de hacerla conocer entre los potenciales clientes a nivel regional, nacional e internacional. El plan debe cubrir, en estos casos, toda la vida del proyecto, desde el inicio hasta el establecimiento en el mercado.

En cuanto al plan de marketing anual, se aplica a bienes y servicios ya situados en el mercado. La revisión anual permite descubrir nuevos problemas, oportunidades y amenazas que se pasan por alto en el devenir cotidiano de una empresa.

Puede afirmarse que la finalidad del un Plan de Marketing turístico es arrojar claridad a los interesados (promotores, actores operativos, clientes) sobre los siguientes aspectos:

Descripción del entorno del Plan: Permite conocer el mercado, competidores, legislación vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, etc., así como los recursos disponibles para implementarlo.

Control de la Gestión: Prevé los posibles cambios y planifica los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados. Permite así, ver con claridad la diferencia entre lo planificado y lo que realmente esta sucediendo.

Alcance de los objetivos: La programación del plan es sumamente importante y, por ello, todos los implicados han de comprender cuales son sus responsabilidades y como encajan sus actividades en el conjunto de la estrategia.

Captación de recursos y difusión de la cultura: De hecho, es para lo que se usa el plan de marketing en la mayoría de las ocasiones.

Optimizar el empleo de recursos limitados: Las investigaciones efectuadas para realizar el plan de marketing y el análisis de las alternativas estratégicas estimulan a reflexionar sobre las circunstancias que influyen en el proceso a desarrollar y sobre los eventos que pueden aparecer, modificando ideas y los objetivos previos.

Organización y temporalidad: En cualquier plan de marketing turístico es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de terminación que debe ser respetada. Es, por ello importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las circunstancias previsibles para llevar a cabo el plan dentro de los plazos fijados. La elaboración del plan intenta evitar la sub - optimización, o lo que es lo mismo, optimizar una parte del proyecto en detrimento de la optimización del conjunto. Por otra parte, se logra que cada uno sepa que ha de hacer dentro del Plan y cuando.

Analizar los problemas y las oportunidades futuras: El análisis detallado de lo que se quiere hacer mostrará problemas en los que no se había pensado al principio. Esto permite buscar soluciones previas a la aparición de los problemas. Asimismo, permite descubrir oportunidades favorables que se hayan escapado en un análisis previo.

Finalmente, para la creación de un plan de marketing la preocupación no debe ser el estilo literario del plan, lo importante es cómo se planifica y esto implica definir responsabilidades, programar las actividades, revisar el plan, asegurar que se ejecute y que logre los objetivos.

3.1.5 Información básica del producto – servicio. Tal como ocurre en cualquier modelo de marketing, un modelo turístico se fundamenta en conceptos básicos, es necesario conocer cada uno de estos conceptos para poder analizar los fenómenos que se desarrollan en la industria turística, y así mismo poder utilizar las herramientas del marketing para generar perfeccionamiento y progreso a nivel comercial y económico, estos conceptos básicos son: materia prima, instrumentos y medios de producción, producto turístico, mercado turístico y espacio turístico.

Estudiar debidamente estos conceptos y su funcionalidad dentro de un proceso de construcción turística, competitiva y eficiente, es crucial para poder analizar la plataforma turística actual, y así mismo, generar estrategias y prácticas necesarias para el desarrollo futuro de la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna galeras en los municipios de Consacá y Yacuanquer.

Materia prima. La materia prima es el recurso y/o elemento necesario para que exista el turismo; es así que el atractivo turístico es todo lugar o acontecimiento de interés turístico, o son todas las atracciones que motivan al viaje. Para esta escuela los atractivos se clasifican en cinco categorías:

- √ Sitios naturales
- √ Museos y manifestaciones culturales
- √ Folclore
- √ Realizaciones técnico-científicas
- √ Eventos o acontecimientos programados

La escuela europea llama a la materia prima, bienes turísticos, elemento fundamental para la transacción de un proceso productivo turístico. Y estos bienes se pueden organizar en dos grupos:

- √ Bienes naturales
- √ Bienes culturales.

La materia prima posee las siguientes características: tiene un efecto de transformación, lo que significa que un bien libre puede convertirse en un bien

económico, para ser utilizado a nivel comercial, también tiene un efecto de vinculación, al vincular materia prima para la creación de producto y desarrollo, y un efecto de comparación, es decir que es comparable con las riquezas minerales, en el sentido en que se agotan y son no renovables.

Clasificación de materia prima. La región debe evaluar objetivamente los recursos susceptibles de uso turístico estos se deben clasificar en tres grupos:

Recursos culturales: son aquellas realizaciones tangibles o intangibles de una comunidad. En su clasificación se tiene en cuenta el concepto amplio de cultura, que involucra todas las producciones humanas significativas pasadas o presentes, materiales o inmateriales.

Sitios naturales: son los accidentes geográficos de interés para el turismo.

Festividades y eventos: son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en la cual la población es actora o espectadora.

Instrumentos y medios de producción.

El concepto teórico de los instrumentos de producción para la transformación de la materia prima se divide en los siguientes medios e instrumentos:

- √ Infraestructura turística
- √ Planta turística
- √ Superestructura turística

Generalmente la infraestructura incluye todas las formas o sistemas de construcción y de apoyo que se requieren para la actividad humana y las comunicaciones, entre estas están las vías primarias y secundarias, los aeropuertos, las comunicaciones y los servicios públicos.

La planta turística por su parte se refiere a todas las estructuras tanto públicas como privadas que tienen por objeto servir directamente al turista y sus necesidades, entre estos se encuentra el alojamiento, la alimentación y el esparcimiento. La superestructura turística esta conformada por el Conjunto de organizaciones que tienen como fin regular, controlar, reglamentar, promocionar y estudiar la actividad turística dentro de un país, así como a nivel internacional, entre estos están los gobiernos, los gremios, las universidades, los operadores, promotores y comercializadores turísticos.

Producto turístico. El producto turístico no tiene una fisonomía especial, no tiene identidad autónoma, es un conglomerado de productos, es un conjunto de recursos dependientes y complementarios entre si, no se describe desde el punto de vista de la oferta, sino desde el punto de vista del sujeto que lo demanda, es la

reunión de todas las conveniencias valores y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores durante un viaje.

Mercado turístico. El turismo reviste todas las características de un mercado, en tanto que los precios y los servicios turísticos se estructuran en dos componentes básicos, oferta y demanda.

Por una parte la oferta turística opera de acuerdo a la sustitución de productos ofertados, la limitación a la expansión en la que se encuentra debido a su naturaleza, la temporalidad causada por los períodos de vacaciones establecidos y la utilización única que tiene por ser un bien-servicio. Por otra parte la demanda turística se caracteriza por su elasticidad causada por cambios fuertes en los precios y la inestabilidad producida también por los periodos de vacaciones, y las fluctuaciones en la oferta turística.

Zona turística. Es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país. Su superficie es variable, ya que depende de la extensión total de cada territorio nacional y de la forma de distribución de los atractivos turísticos, elementos básicos para su relimitación. Para que exista una zona turística debe contar con un numero mínimo de diez atractivos turísticos suficientemente próximos, sin importar que tipo de Turismo y de que categoría son.

Área turística. Son las partes en las que puede dividirse una zona, las áreas turísticas deben estar dotadas de atractivos turísticos contiguos, en numero menor que los de la zona y así mismo como ellas, necesitan una infraestructura de transporte y comunicación que relacione entre si todos los elementos que lo integran. Además necesitan para su funcionamiento un centro turístico y si su infraestructura y dotación de equipamientos y servicios es insuficiente, deben registrarse como potenciales turísticos.

Centro turístico. Es todo conglomerado urbano que cuenta con su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico, a fin de permitir viaje de ida y vuelta, el radio de influencia se ha estimado en dos horas de distancia, tiempo (flexibilidad). Este centro genera desarrollo turístico dentro del espacio que abarcan los atractivos dispersos en su entorno si la planta turística cuenta con los siguientes servicios:

- √ Alojamiento
- √ Alimentación
- √ Esparcimiento
- √ Agencias de viaje de acción local
- √ Información turística sobre atractivos.

Estos conceptos, ayudaran a ubicar y clasificar los diferentes atractivos turísticos de la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna galeras en los municipios de Consacá y Yacuanquer.

3.2 MARCO CONTEXTUAL

La investigación desde el punto de vista geográfico se adelantó en El Santuario de Flora y Fauna Galeras, que fue declarado como tal, según Acuerdo No. 13 del 28 de enero de 1985 del INDERENA y aprobado por Resolución Ejecutiva No. 052 de marzo 22 de 1985 Ministerio de Agricultura, en una extensión de 8886 hectáreas y comprende los municipios de Pasto, Nariño, La Florida, Sandoná, Consacá, Yacuanquer, Tangua.

Esta subregión esta formada por un sistema montañoso en el que sobresale el volcán Galeras, máxima expresión del Complejo Volcánico del mismo nombre que hace parte del Santuario en un buen porcentaje de su territorio. En el Santuario se encuentran tres biomas bien caracterizados, el páramo, en la parte alta, el bosque alto andino en la parte media y el bosque andino en la parte baja, con unas unidades de paisaje características y con una gran diversidad biológica.

Importancia del Santuario de Flora y Fauna Galeras en el contexto regional. El Santuario tiene importancia en el contexto regional considerando, entre otros aspectos su inclusión dentro de algunos esquemas de ordenamiento regional, en su papel fundamental como área protegida de la cual se adquieren unos servicios ambientales como el suministro de agua para abastecer acueductos veredales y municipales, ecoturismo, educación ambiental y por encontrarse áreas de producción agrícola y ganadera que suministran alimentos y materias primas para la industria local, regional y nacional.

El Santuario Galeras como proveedor del recurso hídrico. Se estima que en la parte alta del Santuario nacen aproximadamente unas 120 fuentes hídricas, pequeñas quebradas y ríos que descienden laderas abajo para proporcionarle a los habitantes de la región el agua para consumo humano y para aplicarla en algunas actividades agrícolas y ganaderas.

Al tener en cuenta la demanda de agua para consumo humano las cabeceras municipales de los municipios de Yacuanquer, Consacá, Sandoná, La Florida y Nariño hacen la toma en un 100 % es de caudales que nacen del Galeras; en Tangua y Pasto, el beneficio por parte del sector urbano es parcial, sin embargo, se estima que en total, alrededor de unas 300.000 personas se abastecen de este servicio. Además, en algunos sectores se usa para riego en el establecimiento de algunos cultivos como hortalizas y verduras y en actividades de ganadería en los municipios de Pasto y Tangua, donde están establecidos algunos hatos lecheros de importancia en la región.

De otra parte, en este sector se encuentran algunos escenarios naturales cuyo paisaje es una potencial alternativa ecoturística, en algunos casos aún sin explotar se encuentran, entre otros, las lagunas Negra, Telpis, Mejía y Verde localizadas en diferentes municipios, cascadas como las del río Mijitayo, Jossepe y la Chorrera Negra en Sandoná y la Chorrera del río Barranco en La Florida.

El Santuario Galeras como nicho y corredor biológico: Trabajos realizados por Calderón (1998) identificando aves encontró 72 especies distribuidas en los páramos de Santa Isabel, El Estero, Bordoncillo y Galeras, con un promedio de 37 especies en promedio, en cada uno de ellos; los anteriores datos comparados con los presentados por Vuilleumier & Ewert (1978) sobre estudios realizados en siete páramos de Venezuela (con 25 especies identificadas) concluyó que la riqueza en aves es mayor en nuestro medio.

Además, si se compara con la lista presentada por Vuilleumier (1979) con base en el estudio realizado en 23 páramos andinos, donde identificó 60 especies de páramo y 147 altoandinas, concluye que las especies identificadas en los cuatro páramos supera en un 20% el total encontrado y representa un 48,97% de la avifauna altoandina, dato este que puede ser tomado como un indicador de la importancia del Santuario Galeras y los sectores de páramo en la dinámica de las aves y su circulación a través de estas zonas.

Aunque el Santuario cobija varios municipios, en este marco contextual se hace referencia a los municipios de Yacuanquer y Consacá por cuanto fueron los seleccionados para adelantar la investigación.

Municipio de Yacuanquer: Información del DANE (2004), indica que el Municipio cuenta con una población total de 10.241 habitantes, correspondiendo al sector rural un total de 7.671 personas. Dista de la ciudad de San Juan de Pasto de 25 Km., recorriendo un tramo por la vía Panamericana hasta el sector conocido como El Cebadal para desviarse luego por el tramo sur de la vía Circunvalar al Galeras. La vía Pasto-Cebadal-Yacuanquer comunica a la capital del departamento con la cabecera municipal por vía pavimentada, a través de una distancia de 26 Km. Políticamente, el municipio está constituido por 21 veredas y 9 inspecciones de policía en el sector rural. Las veredas que limitan con el AP son La Aguada, Mejía, La Pradera, El Rosario, San Felipe, Chapacual, La Guaca, Arguello, Zaragoza, Mohechiza y San José de Córdoba.

Municipio de Consacá: Los estimativos del DANE para el 2004, permiten estimar la residencia de 13264 habitantes, 2150 en la zona urbana y el resto en el sector rural. El Municipio de Consacá se divide en dos corregimientos Alfonso López y Olaya Herrera, diez (10) Inspecciones de Policía Municipal: San Rafael, Cariaco Alto, Churupamba, Paltapamba, Alto Tinajillas, El Guabo, San José del Salado, El Campamento, Veracruz y Bomboná. Las principales veredas son: Santa Inés, Cariaco Bajo, Brisas del Guaítara, Rosario Bajo, La Quinta, El Juncal, Piaran, El

Tejar, Cajapamba, La Loma, La Aguada, Caracol, El Cucho, San Antonio, Josepe, Villa Rosa y Villa Inés (Plan de Gestión Ambiental, 2000). Las veredas que colindan con el Santuario son San Rafael, Josepe, Santa Inés, Cariaco Alto, Alto Bombona, San José de Bomboná, Churupamba y San Antonio.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio para esta investigación es descriptivo-analítico, porque se partió de las condiciones reales para propiciar un desarrollo turístico en el Santuario de Flora y Fauna Galeras, compuesto por el patrimonio paisajístico y cultural, para que luego de adelantado un análisis objetivo, plantear un plan de marketing turístico que permita la llegada de visitantes, que a la vez que conozcan la riqueza cultural de la región, sean fuente de mayores recursos para las familias campesinas, lo que contribuirá a mejorar su calidad de vida a la vez que pueden reinvertir excedentes en el mejoramiento continuo de la atención al turista.

4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

El estudio para alcanzar los objetivos propuestos, requirió de información proporcionada por dos tipos de fuentes:

4.2.1 Fuentes Primarias de Información. Se consideraron fuentes primarias los asociados a TIERRANDINA, responsables de la ejecución del Plan de Marketing.

4.2.2 Fuentes Secundarias de Información. Como fuentes secundarias se tuvieron en cuenta todos los documentos emanados de entidades nacionales e internacionales especializados en el ecoturismo y en la formulación de planes de marketing turístico.

5. INVENTARIO TURÍSTICO EN LA ZONA AMORTIGUADORA DEL SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA GALERAS (ZASFFG)

5.1 PRESENTACIÓN

Valga decir que el Santuario de Flora y Fauna Galeras, tiene importantes áreas de influencia en los Municipios base de este estudio como son Yacuanquer y Consacá.

Es bueno destacar que Yacuanquer está involucrado en la ejecución del Proyecto Ecoandino del convenio UAESPNN y PMA que con el apoyo de instituciones como CORPONARIÑO, ADC y la Alcaldía, que entre otras alternativas conservacionistas impulsaron procesos para la caracterización de las veredas y las planificaciones de fincas, unido al establecimiento de cultivos para propiciar la seguridad alimentaria de los hogares y el establecimiento de cultivos pan coger, todos siguiendo los lineamientos propuestos en los Sistemas Sostenibles para la Conservación (SSC) alternativas que fueron abanderadas en la ejecución del Proyecto.

El municipio es rico en costumbres que son típicas del área andina del Departamento de Nariño, tal como es el caso de las mingas y los entejes. Dentro de la visión del pasado, como lo manifiesta la gente, se tenía la costumbre "... para construir una casa nueva, se hacían mingas, en las que se servía mote de maíz con pellejo, el día del empaje; las mujeres hacían las guaguas o atados de paja y las amarraban con guasca de fibra o fique torcido. Luego, se colocaba el techo y, a esto, se llamaba "El día de la boda"...".

En las labores para la siembra, también merece citarse que antiguamente, el trigo se producía sin químicos; no se utilizaba maquina para la trilla ya que este trabajo se realizaba en una piedra de moler o "metate" y con una piedra de moles más pequeña llamada "guagua"; se servía como una invitación de los dueños de la cosecha, la comida común que consistía en la "merienda seca" que consistía en oca, papa, olluco, col y maíz. De las comidas que se daban se ofrecía el choclo con leche, mote de cebada, aco (harina) de cebada, ají de linaza con tomate, calabaza con leche, mazamorra, café con panela, aco de linaza, cebada y el "pambazo". También se bebía el aguardiente de chillo o "chancuco" y la mistela.

En las festividades tradicionales, la comunidad de Yacuanquer celebra anualmente los carnavales de negros y blancos entre el 4, 5 y 6 de enero, destacándose el Reinado de la simpatía el 2 de enero; la fiesta patronal de la virgen de Santa María Magdalena que se celebra del 16 al 26 de julio, el disfraz de la calavera que se lleva a cabo del 16 al 31 de diciembre, actividad tradicional y popular que se realiza todos los años paralelamente con las novenas del niño Jesús.

Otros eventos de importancia son la Feria Agropecuaria Artesanal y la Fiesta de la Virgen de Mercedes realizada el 25 de Octubre de cada año.

En el territorio del municipio se encuentra una parte del Santuario de Flora y Fauna Galeras, entre cuyos principales atractivos turísticos se destacan las lagunas de Mejía y Telpis. Otros sitios turísticos naturales son las quebradas de La Magdalena y Ojo de Agua.

En Yacuanquer existen campesinos socios del proyecto Tierrandina, ente que aspira a impulsar las gestiones de sus socios para, simultáneamente, realizar actividades y apoyar la protección del Santuario de Flora y Fauna Galeras.

Se destaca, además, la existencia de curanderos, yerbateros y sabedores, quienes han hecho del manejo de las plantas nativas y de la medicina tradicional un patrimonio del cual muchas personas de la ciudad buscan curar sus males con estas medicinas alternativas; en las veredas de Mohechiza Alto, San Felipe y El Rosario se encuentran algunos personajes muy reconocidos por los habitantes de la región.

Se puede resaltar la existencia de muchas viviendas construidas bajo los principios rudimentarios de tiempos pasados, en los cuales se usaba la tapia, la teja de barro y en algunas se presenta el uso de bahareque (mezcla de barro con alma o estructura entre amarre de caña para que sirva de sostén del lodo). Casa de grandes cuartos, amplias, con patios y huertos y de vivos colores.

En el caso del Municipio de Consacá, se advierte que es especialmente rico en mitos y leyendas. Sobre estos, los habitantes refieren a la “Vieja del Monte”, una aparición bastante mencionada en el sector del bosque de la Laguna Verde; según relatan los habitantes de la región es una aparición que en el monte asusta a aquellas personas que tienen intenciones de hacer mal al bosque.

Esta creencia, dicen los habitantes se hizo y sintió con mayor fervor cuando una Semana Santa, algunos campesinos se unieron para ir al bosque a cortar las palmas para sacar los ramos utilizados en esta celebración; se fueron desde muy temprano y caminaron en medio del bosque; las palmas parecían que se escondían ya que no las encontraban; se les fue el día y ya en horas del anochecer a pesar de que las encontraron, comenzaron a escuchar unos gritos, se escondieron en una cueva y los gritos, que eran estridentes los asustaron tanto que no salieron hasta horas de la madrugada, momento en el cual decidieron bajar a sus casas y contar lo acontecido. Desde esta época ya no se corta las palmas que crecen en medio del bosque.

Otra creencia es la del duende que asusta a aquellas personas que llevan malas intenciones con el bosque. Hace sentir su presencia y está acechando para asustar a los desprevenidos en medio del bosque.

Un aspecto sobre el cual se han tejido bastantes historias corresponde a las rutas y caminos seguidos por Simón Bolívar en la campaña libertadora y su mítica Batalla de Bomboná, ya que además de existir el sitio en el cual se celebró dicho enfrentamiento, se conservan algunas de las casas en las haciendas y varios de los caminos seguidos en la actualidad por los campesinos y que supuestamente siguieron los guerreros para llegar al combate, teniéndose como principal creencia que el “camino real” seguido por los indígenas que pasaban del Valle de Atriz por la margen norte del volcán fue el que siguieron los libertadores.

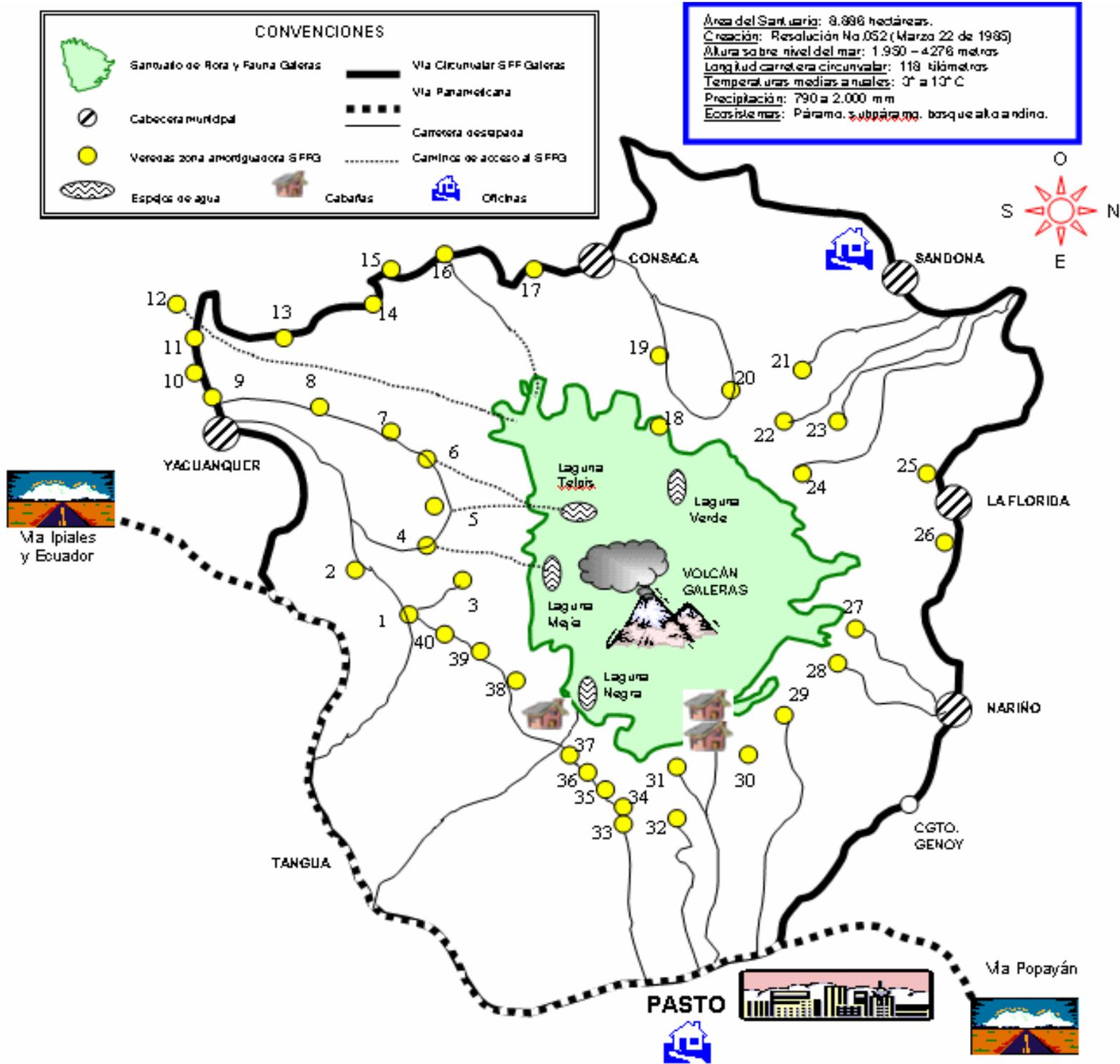
Entre las celebraciones tradicionales vale citar que las fechas religiosas importantes son las de Nuestra Señora del Tránsito, el 15 de agosto y la fiesta Santa María Magdalena, el primero de octubre.

Como una fecha histórica está la celebración de la Batalla de Bombona el 7 de abril. También se hace la celebración de las novenas al Niño Dios en la última quincena del mes de diciembre, el día de inocentes, el 28 de diciembre y los festejos de Carnavales de Negros y Blancos los días 3, 4, 5 y 6 de enero de todos los años.

Existe en los dos municipios mencionados un importante potencial de sitios o bellezas naturales que luego de un proceso de organización, tanto de las comunidades, como de las instituciones y entes públicos y privados, se pueden constituir en alternativas de turismo ecológico y de educación ambiental explotado por las mismas comunidades

A través de todo el año se realizan una serie de festividades en los diferentes municipios que se pueden considerar como una alternativa viable de enganche para promocionar el turismo para las comunidades de la región

La consolidación de los procesos sociales de organización comunitaria permitirá que actividades como el turismo, la educación e investigación sean una alternativa para el cumplimiento de los objetivos de conservación y de promoción de las familias campesinas, al involucrarlas en los procesos de control y vigilancia en los diferentes sectores que se encuentran en el Santuario de Flora y Fauna Galeras y su Zona de Amortiguación, que a su vez, pueden resultar en el establecimiento de algunas alternativas de monitoreo en diferentes aspectos que redunden en el cumplimiento de los objetivos encargados a Parques Nacionales a través de la UAESPNN.



Mapa 1. Santuario de Flora y Fauna Galeras

Cuadro 1. Distancia real entre diferentes puntos en el Santuario de Flora y Fauna Galeras

Cuadro 1 Distancia real entre diferentes puntos en el Santuario de Flora y Fauna Galeras

SECTOR	DISTANCIA (metros)
Anganoy – Cabaña de Parques	4.262
Anganoy (Pasto) – Sendero La Y-Achichay-La Y (ida)	10.086
Pasto-Cobanegra	8.957
Cobanegra-Laguna Negra-Cascada	4.471
Pasto-San Felipe (Yacuanquer)	22.952
San Felipe-Laguna Telpis-Laguna Mejía	7.613
Pasto-Consacá	41.232
Consacá-Churupamba-Laguna Verde	8.173

Fuente: Gómez, Peña y Jiménez (2004). (Modificado, 2004)

5.2 DELIMITACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE PAISAJES

El análisis del contexto que caracteriza al Santuario de Flora y Fauna Galeras en lo referente a su topografía, geología, cobertura de suelos y pendientes, retomando los conceptos definidos por el Instituto de Investigaciones de Recursos Biológicos Alexander VON HUMBOLDT referidos por RODRÍGUEZ y otros (2004) permitió reconsiderar la clasificación propuesta por HOLDRIDGE y reportada en los Planes de Manejo de 1994 y 1998 en la cual se consideran los siguientes estratos:

- ✓ Bosque seco Montano Bajo (bs MB)
- ✓ Bosque húmedo Montano (bh M)
- ✓ Páramo Sub – Andino (P SA)
- ✓ Bosque muy húmedo Montano (bmh M)
- ✓ Bosque húmedo premontano (bh PM)
- ✓ Bosque seco premontano (bs PM)
- ✓ Bosque húmedo Montano Bajo (bh MB).

Puede asegurarse que el Santuario de Flora y Fauna Galeras está ubicado dentro del Orobionoma del Zonobionoma Húmedo Tropical (ZHT), en el cual se pueden identificar tres biomas, que corresponden a los siguientes:

Páramo: Por encima de los 3400 a 3500 msnm hasta la cima del Cono del Volcán Galeras sobre los 4276 m, zona caracterizada por su cobertura rocosa y presencia de plantas cojín en algunos sectores y pajonales frailejonales en otros

Bosque alto andino: Franja de vegetación característica entre los 2600 msnm y el límite con la franja del páramo; en esta zona aún se encuentran áreas de vegetación sin intervención antrópica

Bosque andino: Franja de vegetación muy intervenida y con varios sectores fraccionados; se encuentra por debajo del bosque alto andino, sobre los 2600 msnm y se extiende hasta los valles y hondonadas de las cuencas hidrográficas que se encuentran alrededor del Santuario; esta franja de bosque en sectores de los municipios de Pasto, Tangua, Yacuanquer, Consacá y Sandoná ha perdido su conectividad con otras áreas de bosque que se extienden hacia los cerros La Pastora en el occidente o el Páramo de Las Ovejas hacia el sur de Nariño; así mismo, ha perdido su conectividad con los bosques que se encuentran sobre el pie de monte de la costa Pacífica.

En el Cuadro 2 se presenta una estimación del área de las zonas ecológicas identificadas en el SFFG.

Cuadro 2. Paisajes que se encuentran en el Área Protegida (AP) del Santuario de Flora y Fauna Galeras

UNIDAD	TIPO DE PAISAJE	Extensión (Hect.)
PAISAJE 1	Páramo afloramiento rocoso escarpado	418
PAISAJE 2	Páramo frailejonal sobre relieve ondulado	1.176
PAISAJE 3	Páramo frailejonal sobre relieve ondulado a fuertemente ondulado	229
PAISAJE 4	Páramo frailejonal sobre relieve moderadamente ondulado	900
PAISAJE 5	Bosque alto andino, bajo abierto sobre relieve fuertemente quebrado o escarpado	57
PAISAJE 6	Bosque alto andino primario medio semidenso sobre relieve quebrado a fuertemente quebrado	2.329
PAISAJE 7	Bosque andino intervenido medio abierto sobre relieve ondulado a fuertemente ondulado	1.456
PAISAJE 8	Bosque andino intervenido medio abierto sobre relieve ondulado	734
PAISAJE 9	Bosque alto andino intervenido medio abierto sobre relieve ondulado	576
PAISAJE 10	Bosque alto andino medio abierto sobre relieve fuertemente ondulado a quebrado	147
PAISAJE 11	Bosque alto andino intervenido medio abierto, sobre relieve moderadamente ondulado	196

Fuente: Plan de Manejo (2005-2009)

Las Unidades de paisaje identificadas y caracterizadas en el SFFG corresponden a las siguientes:

Paisaje 1: Son afloramientos rocosos sin ninguna cobertura vegetal y localizados sobre el cono volcánico del Galeras; son suelos de origen ígneo, con temperaturas entre menos de 3° a 6°C; humedad relativa del 50% y una precipitación de 1500 mm. Este sector ha sido cerrado para turistas desde hace muchos años atrás por la amenaza volcánica. En este tipo de paisaje nacen ríos y quebradas que proporcionan el recurso hídrico para el consumo humano. Se citan las fuentes hídricas La Magdalena y el río Mijitayo entre otros. Además, allí se encuentran las lagunas de Telpis y Mejía y otras lagunillas muy cercanas al cráter del Galeras.

Paisaje 2: Son terrenos con pendientes entre el 25% a 50%, de topografía ondulada a fuertemente ondulado con coberturas herbáceas abiertas en algunos sectores y pajonales frailejonales en otros sectores; material parental, ceniza volcánica con flujos de lodo volcánico, coladas de lavas; suelos con profundidad efectiva moderadamente profundos y moderadamente bien drenados, de textura franco limoso y franco arenoso con fragmentos rocosos de diferente tamaño; son suelos ácidos.

Paisaje 3 : Se trata de terrenos con pendientes entre el 50% a 75%, con coberturas herbáceas y caracterizadas por la presencia de plantas cojín; en sectores más benévolos de clima se encuentra frailejón (*Espeletia* sp) asociado con especies de herbáceas (*Calamagrostis* sp., *Chusquea tesellata*, *Meinmannia* sp., *Miconia* sp, *Clussia multiflora*) y asociaciones de frailejón-pajonales (*Espeletia-Calamagrostis*); en este sector se encuentra la infraestructura de comunicaciones y es de continua visita por los turistas; en este paisaje se encuentra el sendero interpretativo Achichay

Paisaje 4: Son terrenos con pendientes onduladas menores al 25%, con cobertura vegetal asociada de arbustos y herbáceas de bosque de niebla, pajonal y frailejonal; en estos sectores se encuentra una fauna aviaria como los cucaracheros y presencia de anfibios (algunos anuros) y pequeños mamíferos

Paisaje 5 : Zona de relieve escarpado con pendientes mayores al 75%, sin vegetación y de difícil tránsito; se caracteriza por ser una barrera o afloramiento rocoso, conocido como el anfiteatro que impide y dificulta el ingreso de visitantes hacia el cono volcánico

Paisaje 6 : Compuesta de terrenos con relieve de fuertemente quebrado a escarpado y pendientes superiores al 75 %, con coberturas de bosque alto andino, medio, abierto e intervenido de nubosidad permanente y temperaturas entre los 6° y 12°C, con buena pluviosidad en el año; en este sector nacen varios de los ríos y quebradas que abastecen los acueductos veredales y municipales; se encuentra la mayor riqueza biológica, maderables arbóreos asociados de motilón silvestre y encino, amarillo y cascarillo, con gran cantidad de epifitas (bicundos y orquídeas), lo que permite la presencia de mayor cantidad de fauna, entre ellas aves como tórtolas, chiguacos, colibríes y algunos terrestres como ardillas, puerco espines y

venados y una gran riqueza en mariposas; este bioma de bosque tiene buena conectividad con el páramo, sin embargo en los sectores de Tangua, Pasto y Yacuanquer se ha roto su conectividad con los bosques del cerro La Pastora, las montañas de Tangua, pasadas el cañón que forma el río Bobo; se encuentran como coberturas parches de pastizales y en el sector de Sandoná - La Florida se encuentran parches de bosque secundario

Paisaje 7 : Son terrenos con relieves de quebrado a fuertemente quebrado y pendientes entre el 50% a 75 %, localizados sobre los cañones de los ríos Cariaco, Azufral y Chacaguaico; se tienen temperaturas promedio de 12°C; biológicamente se encuentra una avifauna variada de tórtolas, chiguacos, colibríes, garrapateros, y pequeños mamíferos como roedores y venados y la presencia de gran variedad de mariposas; es una zona de bosques en conexión con los páramos y la franja de bosque andino; afectados por la intervención para extraer madera y material vegetal (hoja de ñapanga). Sobre este paisaje se encuentran localizadas las mayores fuentes hídricas como son los ríos Azufral, Chacaguaico y Cariaco, que son tributados por una serie de quebradas que se forman o nacen en ojos de agua en medio de la vegetación de las áreas de bosque, para finalmente tributar sus aguas en el río Guaitara.

Paisaje 8 : Áreas de terrenos con relieves ondulados y pendientes menores al 25%, con coberturas de bosque intervenido, medio y abierto; por sus características pedológicas, se consideran como suelos aptos para las actividades agrícolas lo que ha generado en algunos sectores la conformación de una zona de gran presión y está amenazada de ser intervenida, inicialmente, para el establecimiento de cultivos de maíz y, luego, se abandonan para dejarlos en procesos para la colonización de pastos naturales y de potrerización para el pastoreo; en algunos sectores en medio de la vegetación en los parches de bosque se encuentran ojos de agua y pequeñas escorrentías o nacimientos, que fluyen para tributar sus aguas hacia los ríos Azufral, Cariaco y Chacaguaico. En sectores de esta unidad, correspondiente a los municipios de Sandoná y Consacá, se encuentran áreas de bosque nativo, en una zona anexa y se la puede catalogar como Zona de Amortiguación, por fuera del AP, que tiene conectividad y funcionalidad con el bosque alto andino que pertenece al SFFG.

Paisaje 9 : Zona con relieve ondulado, pendientes entre el 25% y 50% con coberturas de bosque secundario intervenido, medio, abierto y suelos fértiles; el sector veredal del municipio de Yacuanquer en esta Unidad, encuentra alta presión antrópica, dada la actividad agrícola de los habitantes de la región en el establecimiento de parcelas de pan-coger y, en algunos casos, inicios de intervención del bosque por la costumbre de soltar animales de carga que intervienen éstas áreas y, en otros, la presión por la generación de procesos de potrerización para pastoreo que tienen algunas familias que crían ganado vacuno (doble propósito); se encuentran algunos parches o relíctos de bosques por fuera del AP, haciendo parte de predios que tienen traslape con el Santuario, algunos de

cuyos propietarios han venido desarrollando procesos de concienciación hacia la conservación como beneficiarios del proyecto Ecoandino.

En un sector cercano a la Laguna de Telpis, se encuentran áreas de humedales que hacen de éste sector uno de los más frágiles de ser afectado por la intervención antrópica, que han permitido el desarrollo de estudios de carga, que en los actuales momentos, permiten a los habitantes de la región regular la actividad turística dando como resultado la prohibición de esta alternativa de explotación para este sector, sobre todo en las épocas de invierno cuando se presenta mayor afectación del entorno.

En el municipio de Pasto se encuentra un sector cubierto de bosque por fuera del AP, que sin embargo, tiene fuerte presión de sus propietarios, amenazado por la tala indiscriminada para el establecimiento de algunos cultivos de clima frío (papa, maíz y hortalizas) y la cría de ganado, actividades económicas comunes de los habitantes de esta región

Paisaje 10: Áreas de bosque andino con relieves quebrado a fuertemente quebrado y pendientes entre el 50% a 75 %; son zonas de vocación forestal y de gran presión por la extracción de madera para leña, intervención antrópica y generación de procesos de potrerización.

Esta unidad corresponde a la microcuenca alta de la quebrada La Magdalena, en terrenos compartidos en los límites de los municipios de Yacuanquer y Tangua; este sector es importante pues se encuentran algunas áreas donde se localizan humedales y en los cuales hay ausencia de funcionarios de la UAESPNN, terrenos que han carecido de vigilancia y los cuales han sido intervenidos para el establecimiento de acueductos veredales y municipales, lo que ha generado la entrada permanente de personas haciendo una mayor afectación e intervención de los ecosistemas allí existentes

Paisaje 11: Zonas de relieve ondulado con pendientes menores al 25% y cobertura de bosque secundario, altamente intervenido.

Esta franja de bosque esta amenazada por la práctica del común de las gentes de extracción de leña para consumo en los hogares campesinos y el uso costumbrista del pastoreo de animales de carga, que se adentran en las áreas donde hay vegetación de bosque natural. Algunos habitantes hacen la limpia de los lotes donde se hace la siembra de papa (*Solanum tuberosum*) como el principal cultivo y luego se dejan para el establecimiento de praderas naturales.

5.3 INVENTARIO TURÍSTICO EN LA ZONA AMORTIGUADORA DEL SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA GALERAS

5.3.1 El Volcán Galeras. Sin duda el más destacado patrimonio natural del SFFG conocido en el mundo entero lo constituye el Volcán Galeras. Estudios realizados por Calvache (1990, 1992) refiere que el Cono Volcánico Galeras (CVG) ha pasado por una serie de procesos de formación y transformación. Los dos estados más antiguos, Cariaco y Pamba, representan la actividad más occidental del complejo.

Una erupción ocurrida aproximadamente hace 560.000 años dio origen al tercer estado antiguo, llamado Coba Negra. El edificio Coba Negra, el cual fue parcialmente destruido por esta erupción, tuvo un volumen total de cerca de 70 Km³. El volumen de depósitos de flujos piroclásticos asociados a la formación de la caldera es cerca de 16 km³. La caldera, la cual ha sido parcialmente destruida, tuvo aproximadamente 5 Km. de diámetro.

El periodo comprendido entre los 150.000 y 40.000 años atrás, produjo un estado de construcción del CVG, denominado Jenoy, que tiene un volumen de edificio de cerca de 64 km³. Los depósitos de estas erupciones se encontraron en las pendientes nororiente y suroccidente del complejo con un volumen de aproximadamente 2 km³.

El centro de la caldera estuvo localizado al este sureste del centro de la caldera previa, probablemente a lo largo del borde de la antigua caldera. El diámetro de esa caldera fue de aproximadamente 4 km. Un colapso de cima, probablemente no relacionado con una erupción ocurrió entre los 12.000 y 5.000 años, en el estado Urcunina. Rocas altamente alteradas hidrotermalmente en la cicatriz del colapso sugieren que esto pudo haber estado relacionado a inestabilidad creada por la circulación de fluidos hidrotermales aunado a la abrupta pendiente en la parte occidental del edificio.

Los aproximadamente 4 km³ perdidos desde la cima del volcán concuerdan muy bien con los cerca de 3 km³ de depósitos de avalanchas encontrados abajo en el sector de Consacá. Las erupciones formadoras de caldera no se relacionan con las variaciones composicionales de los productos. En el sistema CVG se han producido grandes y peligrosas erupciones, aunque las más recientes (menos de 5.000 años) han sido de pequeña escala (Gómez Martínez, 2004).

Los estudios de Calvache, manifiesta Gómez Martínez (20024) han permitido que durante los últimos 4500 años, al menos seis erupciones principales hayan sido identificadas (4500, 4000, 2900, 2300, 1100 antes del presente y la última en 1886).

Estas erupciones se caracterizaron por ser explosivas (tipo Vulcaniano) con columnas inferidas de baja altura (inferiores a 10km), que produjeron depósitos de flujos piroplásticos de pequeño volumen piroplásticos.

Desde la fundación de la ciudad de Pasto en el sector oriental del CVG, hace cerca de 500 años, las erupciones se han caracterizado por emisiones de ceniza y gas, pequeños flujos de lava y erupciones explosivas que han producido pequeños flujos piroplásticos que han viajado hasta 4 Km. de distancia desde el cráter (Espinosa, 1988) acompañados de ondas de choque. El volumen total de depósitos relacionados con la actividad de Galeras ha sido calculado en 0,7 km³ (Calvache, 1990).

La historia eruptiva del Cono Volcánico Galeras se ha caracterizada por erupciones que dan lugar a la formación de calderas seguidas por la estructuración de nuevos conos, siendo el cráter del volcán Galeras actual, el más reciente. Este complejo volcánico está conformado por varias pequeñas calderas hacia el suroccidente, conos de escorias y un estrato volcán Holocénico, el cual está hacia el lado este del mismo complejo.

Calvache (1990), realizó estudios sobre la génesis y conformación del CVG e identificó dos calderas, la primera, de 8 Km. en dirección este-oeste, por 6 Km. en dirección norte-sur, que corresponde a la más grande y antigua y, la segunda, más pequeña, de aproximadamente 1,3 Km. de diámetro, localizada hacia el este de la primera.

Las evidencias morfológicas plantean que la caldera mayor se formó simultáneamente o después de la principal actividad glacial registrada sobre los 4.000 m, probablemente en el Pleistoceno, hace cerca de 30.000 a 40.000 años antes de nuestra era.

La caldera se abrió hacia el occidente, donde el río Azufral corre desde el cono central hasta tributar sus aguas al río Guaítara. Posteriormente, los flujos de lava producidos durante el segundo estado constructivo sepultaron la morfología glacial, lo cual se evidencia en la pendiente este donde está localizado Pasto. Desde la formación de la segunda caldera, se ha construido un nuevo cono en la parte central que es lo que actualmente se conoce como el volcán Galeras.

El cono activo del Galeras tiene una altura media de 4150 msnm y se levanta unos 150 m sobre la base de la caldera. En este cráter se encuentra una salida principal, varios cráteres secundarios y numerosos centros fumarólicos, que el INGEOMINAS los ha denominado de diferente forma. El cráter principal tiene cerca de 300 m de diámetro con una profundidad entre los 80 y 150 m.

Uno de los cráteres secundarios localizados en el sector este del cráter principal y denominado como “El Pinta”, correspondió al sector por donde se comenzaron a

manifestar los procesos de reactivación observados a finales de 1988. Los otros dos cráteres secundarios, reconocidos como “El Bastón” y “El Viejo”, se ubican sobre la pared oriental del cono activo y aparentemente mostraron sus últimos signos.



Foto 1. Vista aérea del cono activo del volcán Galeras con su cráter principal y secundarios (Fuente: INGEOMINAS, Gómez, Peña y Jiménez, 2004)

5.3.2 Inventario de sitios naturales. El inventario turístico en la ZASFFG se presenta a nivel de un recorrido por la zona, en las veredas que forman los municipios de Yacuanquer y Consacá, que se indican en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Veredas de los Municipios de Yacuanquer y Consacá.

MUNICIPIO	VEREDA
YACUANQUER	<ol style="list-style-type: none"> 1. San José de Córdoba 2. Mohechiza Bajo 3. El Rosario 4. Arguello 5. La Guaca 6. Zaragoza 7. San Felipe 8. La Aguada 9. Mejía 10. La Pradera 11. Mohechiza Alto 12. Chapacual
CONSACÁ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cariaco Alto 2. Santa Inés 3. Jossepe 4. Cariaco Bajo 5. San Antonio 6. Paltapamba 7. Cajapamba 8. El Tejar 9. Alto Bomboná 10. San José de B. 11. Churupamba 12. San Rafael

Fuen

te: IGAC. Septiembre 2006

DESCRIPCIÓN:

El inventario se inicia en la Vereda San José de Córdoba del Municipio de Yacuanquer y finaliza en la vereda Alto Ingenio del Municipio de Consacá.

1. Vereda San José de Córdoba:



Foto 2. Paisaje Campesino en la Vereda San José de Córdoba Municipio de Yacuanquer. (Fuente: Esta Investigación)

El inventario se inicia en la vereda San José de Córdoba. Aquí es importante destacar el compromiso que la comunidad mantiene con respecto al cuidado del SFFG y con la contribución de la asociación Tierrandina, se encuentra una participación activa de los jóvenes y una buena aceptación hacia nuevas alternativas o procesos que ayuden el trabajo ambiental de las comunidades. Posee una gran riqueza natural con atractivos paisajísticos que reflejan claramente la cultura Nariñense.

Dentro de los atractivos que se encuentran en la vereda, con alto potencial para implementar un proyecto turístico se encuentran:

Fincas Demostrativas (8): Son ocho fincas demostrativas diversificadas con manejo agroecológico de Alfonso Popayán, Mery Delgado, Pablo Paz, Socorro Riascos, Patricia Zambrano, Aida Popayán, Blanca Obando y Gloria Zambrano.

Reservas de la Sociedad Civil (6): Son seis reservas de la sociedad civil de propiedad de Gloria Maria Obando, José Popayán, Alfonso Popayán, Socorro Riascos, Yony Zambrano y Beliza Zambrano.

Atractivos Naturales: Dentro de los atractivos naturales son notables La Chorrera del Duende, El Tartal (la casa del duende), Laguna de Telpiz, la Cueva del Lobo, Mirador Natural El Moquillo, Mirador Natural Loma La Vagabunda.

Sitios de recepción de Huéspedes: Los sitios mas adecuados para la recepción de huéspedes y que a su vez reflejan las tradiciones y cultura de esta vereda están: Casas de habitación de Mery Delgado, Patricia Zambrano, Beliza Zambrano y Alfonso Popayán,

2. Vereda Mohechiza Bajo:



Foto 3. Sendero típico. Vereda Mohechiza Bajo. Municipio de Yacuanquer (Fuente: Esta Investigación)

La vereda Mohechiza Bajo es una de las que presenta altos índices de pobreza; la propiedad de la mayor cantidad de tierra la poseen grandes hacendados, dejando a la comunidad en micro parcelas y en ocasiones únicamente con el área de la casa.

A pesar de esta situación en Mohechiza Bajo se encuentra:

Fincas demostrativas (13): Son trece fincas demostrativas diversificadas con manejo agroecológico pertenecientes a Martha Chávez, Carmen Chávez, Luz Yaluzan, Socorro Ortiz, Aura Carmela, Lucy Calvache, Carmen Hernández, Transito, Etelvina, Maria Flores, Carmen Rosa, Maria Eugenia, y la señora Mercedes.

Reservas de la sociedad civil (2): Dos reservas de la sociedad civil de la señora Luz Díaz y Elizabeth.

Sitios adecuados para recepción de huéspedes (8): Los sitios mas adecuados para la recepción de huéspedes y que a su vez reflejan las tradiciones y cultura de esta vereda son las casas de habitación de: Lucia Riascos, Aura Villota, Carmen Chávez, Ana Quejuan, Rosa Timaná, Lucy Gamboa, Sonya Yaluzan y Aura Quejuan.

Vereda El Rosario:



Foto 4. Rincón campesino. Vereda El Rosario. Municipio de Yacuanquer. (Fuente: Esta Investigación)

El Rosario es una vereda que se caracteriza por la producción de trigo.

Presenta como atractivos naturales La Laguna de Telpiz, La Cueva de Piedra y el Ojo de Agua.

Infraestructura pecuaria: Posee infraestructura pecuaria en fincas de Maria Inés Insuasty, Beatriz Insuasty, Ligia Portillo y Olmedo Insuasty.

Reserva de la sociedad civil (1): Una reserva de la sociedad civil perteneciente a Honorio Barbosa

Sitios para la recepción de huéspedes (5): Para la recepción de huéspedes se tienen las casas de habitación de Maria Inés Insuasty, Doris Insuasty, Lucena Insuasty, Ligia Portillo Carlos Insuasty y Fabio Insuasty.

Servicio de guías turísticos: Como conocedores de la región e idóneos para prestar el servicio de guías están Bertilde Insuasty, Celmira Barbosa, Román Insuasty, Miguel Insuasty, Javier Burbano.

Vereda Argüello:



Foto 5. Cañón del río. Vereda Argüello. Municipio de Yacuanquer (Fuente: Esta Investigación)

La vereda de Argüello, posee con riquezas turísticas como;

Fincas demostrativas (4): Fincas demostrativas de Franco Benavides, Jesús López, Maruja López y Germán López.

Atractivo natural: La Cueva de los Loros

Sitios culturales (2): La Zona de las Guacas, La Zona de la Curia

Vereda La Guaca:



Foto 6. Las Peñas Blancas. Vereda la Guaca. Municipio de Yacuanquer (Fuente: Esta Investigación)

En Yacuanquer se destaca también la vereda de la Guaca, con sitios de alto potencial turístico como:

- √ Reserva Comunitaria El Moquillo
- √ El Volcán de la Guaca
- √ La Quebrada Maya
- √ La Chorrera de Argüello
- √ Las Peñas Blancas.

Vereda Zaragoza:



Foto 7. Huerta casera. Vereda Zaragoza. Municipio de Yacuanquer (Fuente: Esta Investigación)

Es muy atractivo para el espíritu y llamativo para los sentidos estar en la vereda de Zaragoza, la cual posee;

Fincas de manejo agroecológico (6): Fincas de Estanislao Portillo, Cesar Navarro, Aura Elisa Bastidas, Luz Maria Erazo, Liliana Díaz y Berenice Córdoba.

Como atractivo natural se encuentra:

- √ La Quebrada Las Juntas
- √ La Cueva de los Loros,
- √ El Río Guaitara y,
- √ La Chorrera Seca.

Vereda San Felipe:



Foto 8. Abuela hilandera. Vereda San Felipe. Municipio de Yacuanquer (Fuente: Esta Investigación)



Foto 9. Vista panorámica de la Vereda San Felipe. Municipio de Yacuanquer

Uno de los asentamientos humanos que refleja toda la cultura campesina, las costumbres agrícolas y cuenta con rica historia, en el Municipio de Yacuanquer es la Vereda San Felipe, llena de detalles campesinos que perduran en el tiempo y en el espacio, en donde se encuentran:

Fincas demostrativas (5): Una finca demostrativa de manejo agroecológico emblema y sinónimo de trabajo ambiental, con variedad de especies vegetales en una área de tierra limitada pero rica en conciencia ambiental y proceso auto sostenible, cuya gestora es Doris Chávez.

Otras fincas agro-ecológicas que siguen los pasos y el proceso de Doris Chávez son las de Socorro Riascos, Juan Gómez, Florencio Riascos y Eusebio Portillo

Un atractivo muy importante para Yacuanquer lo constituye Maria Riascos, su Museo y su mirador, que reflejan la esencia misma de la mujer campesina, quien posee una riqueza cultural invaluable tanto en conocimientos, como en objetos materiales antiguos.

Para San Felipe es muy importante hablar de la Laguna de Telpis, un sitio natural rico en belleza e inspirador de mitos y leyendas fantásticas, también se encuentra como atractivo natural:

- ✓ La Piedra del Libro
- ✓ E Pozo del Duende y,
- ✓ El Cristo sin Cabeza.

Vereda Mohechiza Alto:



Foto 10. Vereda Mohechiza Alto (Fuente: Esta Investigación)

En esta vereda se destaca, la existencia de personas que aplican la medicina autóctona como curanderos, yerbateros y sabedores, quienes han hecho del manejo de las plantas nativas y de la medicina tradicional un patrimonio del cual muchas personas de la ciudad buscan curar sus males con estas medicinas alternativas; en la vereda de Mohechiza Alto se encuentran algunos personajes muy reconocidos por los habitantes de la región.

En las veredas La Aguada, Mejía y La Pradera se encuentra además del paisaje tradicional del Santuario, se encuentra el talento humano que pueda ser capacitado para su desempeño como promotores turísticos, guías y empresarios campesinos, que pueden realizar un importante papel en la conservación de la flora y fauna del santuario y atender a los turistas.

Vereda Cariaco Alto:



Foto 11. Panorámica de la Vereda Cariaco Alto. Municipio de Consacá (Fuente: Esta Investigación)

Siguiendo el recorrido iniciado en el Municipio de Yacuanquer y con orientación hacia el occidente ya en el Municipio de Consacá, aparece la vereda Cariaco Alto, con una temperatura ambiente templada y una vegetación exuberante, es una región donde se respira historia, cultura y naturaleza.

Se destaca el compromiso de las comunidades con lo que respecta a sus recursos naturales, por lo cual han recibido el reconocimiento de los visitantes. También merece reconocerse el trabajo que desempeñan como organización comunitaria.

Fincas agroecológicas (4): Dentro de las fincas agroecológicas están las propiedades de Hernando Rosas, Ana lucia Arce, Lupe Bastidas y Jorge Almeida.

Reservas de la sociedad civil (12) : Las reservas de la sociedad civil más atractivas son las de Hernando Rojas, Arnulfo Rosero, Maria Popayán, Lucia Arce, Lidia Jurado, Daira Rosero, Amanda Toro, Ernestina Ramos, Betsabeth Rodríguez, Lupe Bastidas, Esperanza Cevallos e Irma Tello.

Existen también dentro de sus atractivos naturales:

- ✓ El Mirador Santa R
- ✓ El Mirador de La Leonera

- ✓ La Reserva La Leonera
- ✓ Río Cariaco.

Para el servicio de hospedaje se tiene la finca de Jorge Almeida.

Vereda Santa Inés:



Foto 12. Vereda Santa Inés. Municipio de Consacá. (Fuente: Esta Investigación)

La vereda Santa Inés, la cual cuenta con:

Reservas de la sociedad civil (19) : Diecinueve reservas de la sociedad civil, algunas caracterizadas por la UAESPNN y otras establecidas por iniciativa de la misma comunidad, entre ellas están las de Alfredo Bastidas, Evarista Bastidas, Mercedes Popayán, Betty Estrella, Olga Santacruz, Estela Velásquez, Auxilia Ramos, Hilda Erazo, Estela Gamboa, Lourdes Riaño, Liliana Romo, Florinda Guachavez, Socorro Guachavez, Carmen Rosero, Elvia Córdoba, Zoila Rosero, Magola Erazo, Mariela Rosero y Sara Carlosama.

Fincas agroecológicas (2): Las fincas agroecológicas demostrativas son propiedad de Alfredo Bastidas y Evarista Bastidas.

Para el servicio de hospedaje y restaurante, se tienen las casas de Evarista Bastidas, Hilda Erazo, Estela Gamboa y Magola Erazo.

Existe también el desarrollo de procesos productivos con la transformación de algunas frutas de la región.

Vereda Jossepe:



Foto 13. Vereda Jossepe. Municipio de Consacá (Fuente: Esta Investigación)

En la Vereda Jossepe habita otra de las comunidades sobresalientes por su trabajo y compromiso con la naturaleza.

Son gentes trabajadoras, dedicadas y humildes, poseedoras de un gran sentido de pertenencia hacia lo que representa el Santuario de Flora y Fauna Galeras.

Aquí se encuentra:

Fincas agroecológicas (9): Pertenecientes a Maria Nieves Burbano, Marina Rodríguez, Amanda Lucia Erazo, Oneida Melo, Hernando Delgado, Magdalena López, María Luz Díaz, María Carmen Popayán y Alfredo López.

Reservas de la sociedad civil (7): De propiedad de Magdalena López, Alba Marina Rodríguez, Amanda Lucia Erazo, Oneida Melo, Hernando Delgado, Laura Elisa Díaz y Alfredo López.

Como atractivos turísticos naturales:

- √ El Mirador Los Loros
- √ La Chorrera.

Vereda Cariaco Bajo:



Foto 14. Casona de Basilio García. Cariaco Bajo. Municipio de Consacá (Fuente: Esta Investigación)

La vereda de Cariaco Bajo, tiene mucha historia albergada, puesto que en sus inmediaciones se llevó a cabo la Batalla de Bomboná, en la cual se enfrentaron Simón Bolívar al mando del Ejército Libertador y Basilio García comandando el Ejército Realista.

Llegar a la Vereda de Cariaco Bajo, es tener un contacto cercano con la historia, devolviendo el tiempo, tratando de conocer la otra historia de Bolívar.

Fincas con manejo agroecológico (3): Las fincas con manejo agroecológico que se encuentran en Cariaco Bajo pertenecen a Marlene Muñoz, Rosalba Cevallos y Mercedes Rosero.

Dentro de los sitios históricos mas importantes para la vereda y el Municipio de Consacá, se encuentra la casona de don Basilio García, personaje que lo describe la historia como el único militar realista que derrotó a Simón Bolívar en la cruenta Batalla de Bombona. Se cuenta también con la Piedra de don Basilio, ubicada justo al frente de la piedra de Bolívar, dos sitios estratégicos para dirigir los ejércitos en combate.

Atractivos naturales:

- ✓ Río Cariaco y,
- ✓ Río Guaítara.

Vereda San Antonio:

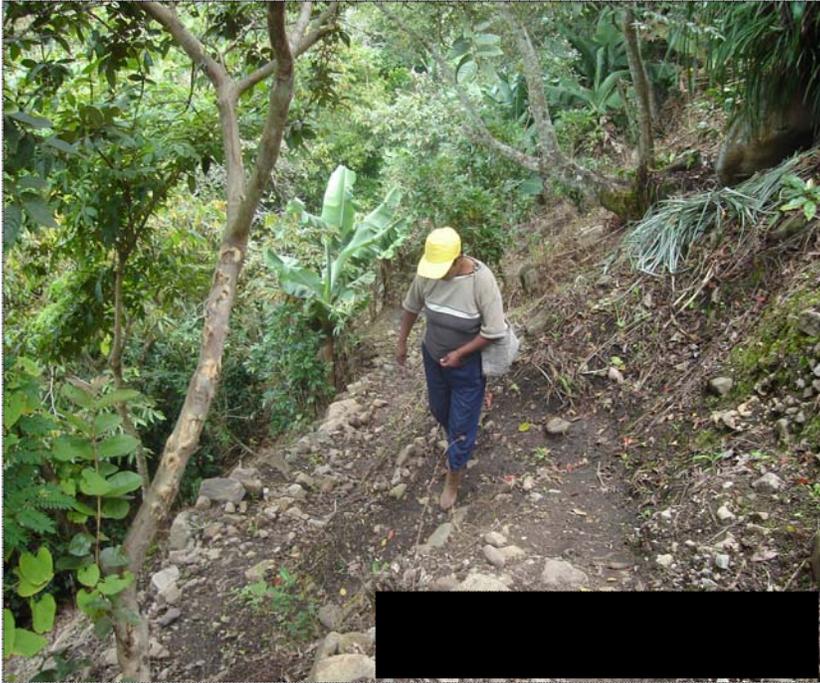


Foto 15. Sendero campesino. Vereda San Antonio. Municipio de Consacá (Fuente: Esta Investigación)

En la vereda San Antonio, se da un ejemplo palpable de unión y esfuerzo de la comunidad, en donde para conocer una muestra de su esencia habrá que aprender su historia, sus mitos y leyendas y gran belleza natural.

Se encuentra aquí:

- ✓ La Piedra del Pregonero
- ✓ La Chorrera Encantada
- ✓ La Cruz del Obispo
- ✓ El Puente del Diablo y,
- ✓ El Camino Real, como sitios históricos, culturales míticos y legendarios.

Una muestra del trabajo comunitario establecido es una finca comunitaria agroecológica, manejada por los integrantes de la asociación Tierrandina de esta vereda.

Vereda Paltapamba:



Foto 16. Exhuberancia de follaje. Vereda Paltapamba. Municipio de Consacá. (Fuente: Esta Investigación)

Paltapamba es otras de las veredas encarriladas en el tren de la conservación, esta vereda ofrece:

Fincas agroecológicas (2): De propiedad de Rodrigo Cumbal y de Yinnel Hurtado,

Reserva natural comunitaria (1): Denominada El Cucho

Atractivo natural, que además es histórico y cultural conocido como La Piedra del Chumbo.

Vereda Cajabamba:



Foto 17. Flora en la Vereda Cajabamba. Municipio de Consacá
(Fuente: Esta Investigación)

En la vereda Cajabamba se encuentra también un interesante potencial de turismo ecológico:

Fincas (4): Fincas de Teresa Caicedo, Libardo, Carmen Potosí y Visitación Zambrano.

Reservas de la sociedad civil (3): De propiedad de Teresa Caicedo, Libardo y Carmen Potosí

Vereda El tejlar:

En la vereda el Tejar se tiene:

Fincas con manejo agroecológico (4): De propiedad de José Fernández, Rosa Benavides, Isabel Benavides y Delnés Salazar.



Foto 18. Transporte caballar. Vereda El Tejar. Municipio de Consacá.
(Fuente: Esta Investigación)

Reservas comunitarias (2):

- √ El Culantro y,
- √ El Cucho.

Los habitantes de la vereda Alto Bombona están interesados buscar alternativas productivas en el sector turístico y tienen la voluntad de emprender proyectos de comedor y alojamiento de turistas en el corto plazo, cuando las condiciones de promoción turística así lo requieran.

En la vereda San José a pesar del escepticismo y temor por afrontar un proceso de promoción turística, plantea la necesidad de que cualquier empresa que se cree para este fin debe estar en manos de los campesinos, y se muestran muy deseosos de colaborar con la oferta de servicios. Igual comentario merecen las Veredas Churupamba y San Rafael.

5.3.3 Inventario competitivo.

Cuadro 4. Inventario competitivo. 2006

Producto	Propietario	Vereda
Finca diversificada y manejo agro ecológico	Alfonso Popayán	San José de Córdoba
	Mary Delgado	
	Pablo Paz	
	Socorro Riascos	
	Patricia Zambrano	
	Aída Popayán	
	Blanca Obando	
	Gloria Zambrano	
Reservas de la sociedad civil	Gloria Maria Obando	San José de Córdoba
	José Popayán	
	Alfonso Popayán	
	Socorro Riascos	
	Jhonny Zambrano	
	Beliza Zambrano	
Chorrera del duende (Mitos y leyendas)	Comunidad vereda San José de Córdoba	San José de Córdoba
El Tartal (Mitos y leyendas) casa del duende	Comunidad vereda San José de Córdoba	
Piedrancha (Mitos y leyendas) aparición de la vieja del monte	Comunidad vereda San José de Córdoba	
Laguna de Telpis (Atractivo ecoturístico)	Comunidad vereda San José de Córdoba y SFF Galeras	
Cueva del lobo (Atractivo ecoturístico)	Comunidad vereda San José de Córdoba y SFFG	
Mirador del moquillo, loma el cerote (Atractivo ecoturístico)	Comunidad vereda San José de Córdoba y SFFG	

Mirador loma vagabunda (Atractivo ecoturístico)	Comunidad vereda San José de Córdoba y SFFG	Vereda
Producto	Propietario	
Posada turística	Mary Delgado	
	Patricia Zambrano	
	Beliza Zambrano	
	Alfonso Popayán	
Restaurante	Mary Delgado	
Conocedores de la región	Alfonso Popayán	
	Mary delgado	Mohechiza Bajo
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Marta Chávez	
	Carmen Chávez	
	Luz Yaluzan	
	Socorro Ortiz	
	Aura Carmela	
	Lucy Calvache	
	Carmen Hernández	
	Transito	
	Etelvina	
	Maria Flores	
	Carmen Rosa	
	Maria Eugenia	
	Mercedes	
Posadas turísticas	Lucia Riascos	
	Aura Villota	
	Carmen Chávez	
	Ana Quejuan	
	Rosa Timaná	
	Lucy Gamboa	
	Sonia Yalusan	
Aura Quejuan		
Reserva de la sociedad civil	Elizabeth	
	Luz Díaz	
Reserva de la sociedad civil	Honorio Barbosa	
Infraestructura pecuaria	Maria Inés Insuasty	

	Beatriz Insuasty	El Rosario
	Ligia Portillo	
	Olmedo Insuasty	
Servicio de restaurante	Beatriz Insuasty	
	Maria Inés Insuasty	
	Doris Insuasty	
	Lucena Insuasty	
	Ligia Portillo	
Posadas turísticas	Maria Inés Insuasty	
	Ligia Portillo	
	Honorio Barbosa	
	Carlos Insuasty	
	Fabio Insuasty	
Conocedores de la región	Bertilde Insuasty	
	Celmira Barbosa	
	Román Insuasty	
	Miguel Insuasty	
	Javier Burbano	
polideportivo (Sitios recreativos)	Vereda el Rosario	
Atractivo Natural (Laguna Telpis)	Vereda el Rosario	
Atractivo Natural (Cueva de piedra)	Vereda el Rosario	
Atractivo Natural (Ojo de agua)	Vereda el Rosario	
Evento cultural (fiesta patronal de la virgen del Rosario 12 de oct)	Vereda el Rosario	
Evento cultural (fiesta del Corpus Cristo 20 de junio)	Vereda el Rosario	
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Hernando Rosas	Cariaco Alto
	Ana lucia Arce	
	Lupe Bastidas	
	Jorge Almeida	
Reservas de la sociedad civil	Hernando Rosas	
	Arnulfo Rosero	
	Maria Popayán	
	Lucia Arce	
	Lidia Jurado	
	Daira Rosero	
	Amanda Toro	

	Ernestina Ramos	
	Irma Tello	
Reservas comunitarias	Betzabeth Cevallos	
	Lupe Bastidas	
	Esperanza Cevallos	
Mirador santa rosa	Comunidad	
Mirador la leonera	Comunidad	
Posadas turísticas	Jorge Almeida	
Artesanías	Silvia Gómez	
	Doris Popayán	
	Maria Popayán	
	Esperanza Cevallos	
	Carmen Erazo	
Museo	Carmen Erazo	
Atractivo natural "río Cariaco"	Comunidad Cariaco alto	
Reservas de la sociedad civil	Alfredo Bastidas	Santa Inés
	Evarista Bastidas	
	Mercedes Popayán	
	Betty Estrella	
	Olga Santacruz	
	Estela Velásquez	
	Auxilia Ramos	
	Hilda Erazo	
	Estela Gamboa	
	Lourdes Raños	
	Liliana Romo	
	Florinda Guachavez	
	Socorro Guachavez	
	Carmen Rosero	
	Evila Córdoba	
	Zoila Rosero	
	Magola Erazo	
	Mariela Rosero	
	Sara Carlosama	
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Alfredo Bastidas	
	Evarista Bastidas	

Posada turística	Evarista Bastidas	
	Hilda Erazo	
	Estela Gamboa	
Servicio de restaurante	Evarista Bastidas	
	Magola Erazo	
Productos transformados (dulces de frutas)	Comunidad santa Inés	
Reserva comunal "el Guabal"	Comunidad santa Inés	
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Maria Nieves Burbano	Jossepe
	Marina Rodríguez	
	Amanda Lucia Erazo	
	Oneyda Melo	
	Hernando Delgado	
	Magdalena López	
	Maria Luz Días	
	Alfredo López	
	Maria Carmen Popayán	
	Posadas turísticas	
Socorro López		
Aidé Burbano		
Betty Cevallos		
Cenaida Cevallos		
Alfredo López		
Maria luz Díaz		
Lucia Erazo		
Maria Nieves Burbano		
Hernando Delgado		
Laura Elisa Díaz		
Gladis Rosero		
Alba Rodríguez		
Martín Cevallos		
Cristina Córdoba		
Pilar Mirama		
Magdalena López		
Oneida Melo		
Carmen Popayán		

Reservas de la sociedad civil	Magdalena López	
	Alba marina Rodríguez	
	Amanda Lucia Erazo	
	Oneida Melo	
	Hernando Delgado	
	Magdalena López	
	Laura Elisa Díaz	
	Alfredo López	
Servicio de restaurante	Magdalena López	
Mirador los loros	Comunitario	
Atractivo Natural (la chorrera)	Comunitario	
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Marlene Muñoz	Cariaco Bajo
	Rosalba Cevallos	
	Mercedes Rosero	
Sitio Histórico “casona de don Basilio García”	Propiedad privada	
Sitio Histórico “Piedra de don Basilio García”	Propiedad privada	
Reserva de la sociedad civil	Mercedes Rosero	
Atractivo natural “río Cariaco”		
Atractivo natural “río Guaitara”		
Mitos y leyendas (piedra del pregonero)	Comunitario	San Antonio
Mitos y leyendas (chorrera encantada)		
Mitos y leyendas (cruz del obispo)		
Mitos y leyendas (puente del diablo)		
Sitios históricos (camino real)		
Atractivo natural (quebrada la peligrosa)		
Finca comunitaria	Grupo Tierrandina	
Mitos y leyendas (piedra del chumbo)	Comunitario	Paltapamba
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Rodrigo Cumbal	
	Yinel Hurtado	
Reserva El Cucho	Comunitario	
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Libardo	Cajabamba
	Teresa Caicedo	
	Carmen Potosí	
	Visitación Zambrano	
Reserva de la sociedad civil	Teresa Caicedo	

	Libardo	
	Carmen Potosí	
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	José Fernández	El Tejar
	Rosa Benavides	
	Isabel Benavides	
	Inés Salazar	
Reserva comunitaria El Culantro		
Reserva comunitaria El Cucho		
Miel de abeja	Martín Cevallos	Jossepe
Miel de abeja	Jorge Almeida	Cariaco
Miel de abeja	Gilberto Morales	Arguello
Finca, manejo agroecológico y instalaciones pecuarias	Franco Benavides	Arguello
	Jesús López	
	Maruja López	
	Germán López	
Atractivo natural “cueva de los loros”	comunitario	
Sitio Mítico “zona de las guacas”		
Sitio Mítico “zona de la curia”		
Reserva comunitaria “Ojo de Agua”		
Reserva comunitaria “El Moquillo”		
RNSC	Luis Humberto Córdoba	La Guaca
	Graciela Rosero	
	Angelina	
	Emerita Guerrero	
Atractivo Natural “Cerro La Guaca”		
Atractivo Natural “Quebrada Maya”		
Atractivo Natural “Chorrera de Arguello”		
Atractivo Natural “Peñas Blancas”		
Finca, manejo agroecológico e instalaciones pecuarias	Estanislao Portillo	Zaragoza
	Cesar Navarro	
	Aura Eliza Bastidas	
	Luz Maria Erazo	
	Lilian Díaz	
	Berenice Córdoba	
Atractivo Natural “quebrada las Juntas”		
Atractivo Natural “Cueva de los Loros”		
Atractivo Natural “Río Guaitara”		

Atractivo Natural "Chorrera Seca"		
Finca, manejo agroecológico e instalaciones pecuarias	Doris Chávez	San Felipe
	Eusebio Portillo	
	Florencio Riascos	
	Juan Gómez	
	Socorro Riascos	
Museo	Maria Riascos	
Atractivo natural "Pozo del Duende"		
Atractivo natural "Piedra del Libro"		
Mirador	Maria Riascos	
Atractivo natural "Laguna de Telpis"		
Atractivo natural "Piedra del Cristo sin Cabeza"		

5.3.4 Inventario de Flora. En el Santuario de Flora y Fauna Galeras, la vegetación es considerada como típica de bosque andino frecuentemente nublado establecida en comunidades de páramo y subpáramo con plantas de los grupos de bromelias, orquídeas, líquenes y musgos epífitos bajo un dosel arbóreo.

Según Jiménez y otros (1988) se conocen cerca de 100 géneros clasificados en los estratos rasante, herbáceo, arbustivo y subarbóreo de la vegetación, aunque se reporta la presencia de algunas especies predominantes de los géneros *Calamagrostis* sp, *Espeletia* sp, *Hipochaeris* sp. y *Lachemilla* sp.

De otra parte, la gran variedad de topografía como de condiciones climáticas (temperatura, radiación solar, humedad relativa y precipitación) en el SFFG ha permitido el desarrollo de una gran diversidad de vegetación considerada de tipo cerrado como son los bosques y matorrales altos y achaparrados con presencia de árboles y arbustivas, en tanto que en comunidades vegetativas abiertas se encuentran pajonales, frailejonales, rosetales, prados y turberas, con predominio de plantas rastreras o bajas sin ningún tipo de dosel superior, localizadas sobre terrenos escarpados, rocosos y de pendientes suaves a escarpadas.

Entre las formaciones vegetales en la zona del Santuario, según Rangel (2000), se pueden identificar las siguientes:

Bosques achaparrados: comunidades vegetales compuesta por árboles entre los 4 y 10 m de altura, con predominio de amarillos (*Myconia* sp), mortiños (*Hesperomeles* sp), alisos (*Alnus jorulensis*) y canchos (*Brunellia tomentosa*); en sectores del bosque forman un dosel superior entretelado por las ramas de los

maderables; gran variedad de árboles reconocidos por los campesinos son de diferente uso como la producción de madera o leña, frutales como el motilón y capulí y medicinales como el cerote.

Matorrales: ubicada en el sector de páramo y subpáramo y conformada por vegetación arbustiva con elementos leñosos, destacándose las especies de la familia Asteraceae (especies *Diplostegium* y *Pentacalia*), en algunos casos se encuentra la asociación arbustal rosetal.

Pastizales y pajonales: conformada por comunidades vegetales con predominio de herbáceas, especialmente gramíneas ubicadas desde el páramo propiamente dicho hasta el superpáramo. Son comunes los géneros *Calamagrostis* y *Agrostis*.

Frailejonales rosetales: lo conforman comunidades vegetales de estrato arbustivo emergente de frailejón (*Speletia* sp); se ubican desde el páramo hasta los límites con las nieves perpetuas.

Prados, turberas, tremedales o agrupación de plantas en cojín: esta formado por plantas vasculares en cojín, con predominio de estrato rasante o en algunos casos presencia de estrato herbáceo pobre en cobertura.

Se encuentran colchones compactos de *Distichia muscoides*; cojines del género *Oreobulus* especies *cleefii* y *poepigeri*; cojines almohadillas de las especies de *Azorella* (familia *Apiaceae*); cojines con *Arenaria musciformis* y *A. venezuelensis* (familia *Caryophyllaceae*).

Chuscales: estas comunidades, por lo general, homogéneas la conforman los bambúes paramunos de la especie *Chusquea tessellata*; puede encontrarse como vegetación azonal en orillas de lagunetas y charcas de terrenos húmedos hasta pantanosos en la mayoría de páramos; esta vegetación se presenta en algunos sectores de Laguna Negra.

Rosales con especies de puya: son comunidades de rosetas gigantes de las especies de *Puya santosi*, *goudotiana* y *trianae*; son poblaciones de plantas presentes en las fases finales de colmatación de lagunas y lagunetas en zonas altas de páramos húmedos.

Rosetales bajos: en superpáramos de Nariño se encuentra la presencia de comunidades dominadas por *Draba halii* y *D. alyssoides* compartiendo características especiales de sustratos, suelos sueltos, pedregosos, escaso cubrimiento de la vegetación y reducida participación de acompañantes de los géneros *Poa*, *Cerastium*, *Agrostis*, *Pentacalia* y *Pernettya*.

Otro trabajo de investigación, referente a un estudio batimétrico realizados por Córdoba y Guzmán (1995) en Laguna Negra, sector Cobanegra, refieren las

especies del estrato rasante presentes en la vegetación del lago a *Carex famesonii*, *Anthoxanthum odoratum*, *Eleocharis* sp., *Geum peruvianum*, *Lachemilla orbiculata*, *Plantago* sp., *Cortaderia nítida*, *Rynchospora* sp., *Carex bonplandii*; en el estrato herbáceo están *Ilex* sp., *Escallonia myrtilloides*, *Escallonia* sp., *Maeclania rupestris*, *Myconia ligustrina*, *Ribes* sp., *Brachyotrum lindenii*, *Clethra ovalifolia*, *Acaena elongata*, *Diplostephium adenachaenium*, *Hypericum laricifolium* y *Greigia volcánica* y entre las especies arbóreas en el área circundante se encuentran *Cupressus sempervirens*, *Pinus radiata*, *Juncus arcticus*, *Liloe subuleta*, *Ranunculus* sp., *Verónica serpyfolia*, *Cardamine bonariensis*, *Stipa* sp., *Sanionia uncinata*, *Sphagnum meganicum*, *Sisyrinchium bogotense*, *Nitella* sp., *Diplostephium floribundum* y *D. tabanoense*, *Baccharis macrantha*, *Munnozia jussieui*, *Berberis retinervia*, *Schefflera marginata*, *Weinmannia rollotii*, *Gaultheria arachnoides*, *Ageratina gracilis* y *Guzmania candelabrum*.

En el sotobosque, refieren los mismos autores, se encuentran los especies *Blechnum* sp., *Oxalis* sp., *Neurolepsis* sp., *Disterigma acuminatum*, *Peperonia saligna* y *Begonia urticae*. Trabajos de caracterización realizados por Gutiérrez y Rojas Nossa (2001) identificaron una flora importante para la presencia estacional y de estancia de los colibríes, entre las que se destacan algunas plantas de las familias *Alastroemeriaceae* (*Bomarea linifolia*, *Bomarea* sp.), *Asteraceae* (*Bernadesia spinosa*, *Espeletia* sp.), *Bromeliaceae* (*Guzmania candelabrum*, *Guzmania bakeri*, *Puya klava-herculis*, *Racineae tetrantha*, *Tillandsia complanata*, *Tillandsia orbicularis*), *Campanulaceae* (*Centropogon* sp., *Siphocampylus giganteus*, *Siphogampylus paramicola*), *Desfontainaceae* (*Desfontainea spinosa*), *Eicaceae* (*Bejarania resinosa*, *Cavendishia* sp., *Disterigma condonanthum*, *Disterigma* sp., *Caultheria erecta*, *Gaultheria insípida*, *Macleania rupestris*, *Pernettya próstata*, *Vaccinium floribundum*), *Loranthaceae* (*Gaidendrum punctatum*, *Triterix longibracteatus*).

El trabajo sobre investigación en mariposas desarrollado por Acosta y Rivadeneira (2003) mencionan en lo referente a la flora las identificaciones realizadas por Jiménez y otros (1988).

Dentro de las especies encontradas cabe resaltar tres de ellas que tienen área de distribución endémica o restringida a los páramos de Nariño; *Espeletia pycnophylla* (Frailejón), *Gynoxys sancti-antoni* de la familia *Asteraceae* y *Lepechinia vulcanicola* (matico o salvia) de la familia *Lamiaceae* (ADC y otros, 2003).



Foto 19. Riqueza de flora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (Fuente: Fotos Acosta y Rivadeneira, 2003)

5.3.5 Inventario de Fauna. Como resultado de la desaparición de varias especies de la flora nativa causada básicamente por la intervención del hombre y la ampliación de la frontera agrícola, dada por el uso de insumos agrícolas provenientes de la síntesis química han ocasionado una transformación o alteración de los hábitat afectando a su vez las poblaciones de la fauna, haciéndola vulnerable y causando su desaparición siendo un ejemplo el cóndor

(*Vultur gryphus*), ave símbolo en los Andes y mencionada en la Resolución de creación del Santuario.

Sin embargo, habitantes de la zona de influencia del Santuario refieren de una gran diversidad de especies, aunque muchas de ellas se observan ocasionalmente por los procesos migratorios que siguen como es el caso de las aves. Otros animales observados esporádicamente en las zonas de monte son los zorros, puerco espines, venados y armadillos, entre otros.

Gutiérrez y Rojas Nossa (2001) reportan 13 especies de colibríes que se encuentran en el área del SFFG, de las cuales, nueve son residentes del área de estudio, una especie es migratoria y tres son raras o accidentales. Las especies de colibríes que se identifican en el área son: *Aglaeactis cupripennis*, *Lafresnaya lafresnayi*, *Pterophanes cyanopterus*, *Eriocnemis mosquera*, *Rhamphomicron microrhynchum*, *Metallura tyrianthina*, Colibrí *coruscans*, *Lesbia victoriae*, *Chalcostigma herrani* y Colibrí *coruscans*.

Otros trabajos de investigación realizados por Calderón (1998) permiten encontrar en el área del SFFG una fauna aviaria entre las que destacan los colibríes (*Eriocnemis mosquera* y *E. alinae*), mencionados por Gutiérrez y Rojas Nossa (2001); sin embargo, Calderón (1998) encontró que las especies de aves que se destacan por su mayor presencia corresponde a *Diglossa carbonaria aterrimia* y *Diglossa carbonaria humeralis*; en menor número se encuentran las *Diglossa* sp.; otras aves comunes y de fácil reconocimiento por su color de plumaje oscuro y patas y pico color anaranjado son los chigucacos (*Turdus chiguanco*, *Turdus fuscater* y *Turdus serranus*).

Otras especies de aves reportadas por el mismo autor son *Aegolius harrisii* (familia Strigidae), de la familia Trochilidae encontró las especies *Chalcostigma herranii* y *Haplophaedia aureliae*; en la familia Fumariidae encontró las especies *Cranioleuca erythrops* y *Synallaxis unirufa*. En la familia Tyranidae están las especies *Mecocerculus leucophrys* y *M. nyctycorax*; en la familia Strigidae encontró la especie *Aegolius harrisii*. En la familia Trochilidae se encuentran las especies de colibríes ya mencionadas anteriormente y la especie *Haplophaedia aureliae*; en la familia Picidae encontró *Campephilus erythrops* y *Synallaxis unirufa*.

Un trabajo realizado por Acosta y Rivadeneira (2003) en la caracterización de un grupo de mariposas del suborden Rhopalocera, evaluando su presencia en un rango altitudinal entre los 2500 a 4000 msnm encontraron una gran variedad entre lo que se destaca la identificación de 93 especies de 46 géneros, correspondientes a 16 subfamilias y 5 familias. El mayor número de especies se encuentra en el rango altitudinal de los 2500 msnm, en donde se localizan de las especies identificadas 83 especies. Algunas de las especies de mariposas identificadas son: *Colias dimera*, *Colias lesbia*, *Tatochila sterodice*, *Tatochila arctodice*, *Leptophobia aripa*, *Lymanopoda lanaza*, *Pedaliodes* sp., Lycaenidae

sp., *Pseudoteroma* cf *pronophila*, *Erectris* cf *subrufescens*, *Adelpha* *alala* completa, *Anarthia* *amathea*, *Agraulis* *vanillae*, *Tegossa* *anieta*, *Dircenna* sp., *Danaus* *plexipus*, *Corades* *medeba* *columbina*, *Candora* *galeraensis*, *Ascia* *sincera*, *Colias* *dimera*, *Thecla* *comae*, *Copaeodes* sp., *Dalla* *superior*, *Gorgythion* *begga* y *Heracleides* *thoas*, entre otras.



Foto 20. Fauna aviaria del SFFG (Fuente: Fotos Acosta y Rivadeneira, 2003)

En el sector de Telpis, vereda de San Felipe, Municipio de Yacuanquer, ADC y otros realizaron investigaciones para caracterizar la fauna del sector encontrando, entre otros reportes de la presencia de seis especies de anuros, cinco de los cuales pertenecen al mismo género *Eleutherodactylus* (*unistrigatus*, *repens*, *bucleyi*, *thymilensis* y *lymani*) y la especie *Osornophryne* *bufoniformis*; el anterior reporte es similar al de Narváez y Narváez (2002). De otra parte, en los POT's de

los municipios circundantes y otras fuentes de información se registran una serie de animales de la fauna de vertebrados que son reportados por los habitantes de los diferentes sectores aledaños al SFFG, con lo cual Gómez, Peña y Jiménez (2004) consolidaron un listado parcial de las especies de la fauna de la región, comunes, sin conocer su taxa científica. Se destacan las aves, entre las que sobresalen una gama de colibríes, chiguacos, gorriones, loros y pavas de monte entre otras; se mencionan muchos insectos como mariposas, avispas, abejorros y cucarrones; en la ZA, en las partes bajas y más calientes, se encuentran arañas y escorpiones; de los anfibios se observan algunas ranas y sapos; reptiles como serpientes tierreras y entre los mamíferos están los venados, conejos, ratas de monte y ardillas.



Foto 21. Fauna de mariposas en el SFFG. Fuente: (Fotos: Acosta y Rivadeneira, 2003)

6. ESTRATÉGIAS DE MERCADEO TURÍSTICO PARA YACUANQUER Y CONSACÁ

El trabajo desarrollado por Tierrandina con las familias campesinas, muestra que es posible vivir en comunión con la naturaleza y las comunidades veredales, comunidades que se han visto golpeadas por la falta de recursos económicos, pero que tienen una gran riqueza, la cual la reflejan en su cultura, su espíritu de trabajo y el entorno natural del cual están rodeadas, ahora éstas comunidades añaden un nuevo valor y es el sentido de conservación de su entorno ambiental, social, cultural, y económico. El compartir un instante con estas familias campesinas le abre los ojos hacia una realidad latente en muchos hogares colombianos, en donde la falta de oportunidades, el olvido de los entes gubernamentales y en muchos casos las circunstancias han obligado a que las comunidades adopten actitudes y acciones que desequilibran la armonía del medio donde se desenvuelven.

Es importante destacar la labor que la UAESPNN ha desarrollado en la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna Galeras, en donde la participación de la institución con la gente hizo que se minimice el impacto ambiental que las comunidades campesinas realizaban en esta zona. Para las comunidades campesinas es fundamental implementar procesos productivos que satisfagan muchas de sus necesidades, en esta región la mayoría de las familias viven de un jornal, o de una cosecha producida por sus minifundios en épocas aisladas del año y en ocasiones una cosecha realizada una vez al año, con productos no competitivos o que están en vía de extinción por las políticas gubernamentales del estado.

6.1 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

6.1.1 El presente del sector turístico en el Departamento de Nariño. En Nariño particularmente, la Gobernación del Departamento a través de la Oficina de Planeación Departamental y la Oficina Departamental de Turismo, la Agencia de Desarrollo Local (ADEL), el SENA, COTELCO Nariño, Unidad de Parques Naturales, ACOPI, han adelantado acciones en el proceso de construcción colectiva del Plan de Desarrollo Turístico de Nariño, soportado en el Plan Estratégico, donde se han identificado las líneas, políticas, programas y proyectos que se deben implementar para lograr que en el año 2010 Nariño se convierta en destino turístico, teniendo en cuenta que en el ejercicio de construcción de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, se identificó la cadena del turismo como una de las de mayor potencialidad y futuro para el Departamento.

En el lanzamiento de la campaña turística “Emprende camino conoce a Nariño”, se propusieron cuatro destinos turísticos iniciales, y mas de 10 proyectos a desarrollar por parte de gobiernos municipales, asociaciones, y operadores

turísticos como también por agencias de viajes, uno de estos proyectos es el que la asociación campesina TIERRANDINA, algunas organizaciones de cooperación y la unidad de parques naturales, vienen adelantando.

Se ha planteado la viabilidad de utilizar las veredas ubicadas en el Santuario de Flora y Fauna Galeras así como de las casas campesinas en los municipios de Yacuanquer y Consaca, como destino turístico, bajo la modalidad de turismo de pueblos y ecoturismo, como medio para generar desarrollo regional y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Sin embargo este proyecto carece de un plan de comercialización, que proponga una visión desde la demanda de servicios turísticos, para asegurar que sus esfuerzos obtengan resultados.

La Asociación Campesina TIERRANDINA por disposiciones legales no está habilitada para desempeñar labores comerciales, así es como surge la idea de crear una comercializadora turística, que integre los productos y procesos agro-ecoturísticos, de manera competitiva y sostenible, en la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras en los municipios de Consacá y Yacuanquer.

En los últimos años a nivel mundial se palpa una expansión económica en sectores poblacionales, impulsada por el incremento sostenido del ingreso real y del tiempo disponible de ocio de los individuos, lo que ha provocado una fuerte demanda por servicios turísticos que responden a la existencia de nuevos perfiles de preferencias entre los consumidores.

A diferencia de los productos y servicios tradicionales (como los de sol y playa), los nuevos perfiles de preferencias entre los consumidores han provocado cambios en la oferta de productos y servicios turísticos, reflejados en el incremento de la especialización y la calidad en los servicios. Los nuevos perfiles de preferencias contribuyen también a la segmentación del mercado y a la diversificación en la oferta de productos turísticos.

Recientemente, uno de los segmentos que ha cobrado una gran importancia respecto al crecimiento del mercado es el turismo sostenible, del cual emergen el ecoturismo y el turismo basado en la naturaleza. El turismo sostenible busca minimizar los impactos sobre los ecosistemas en respuesta al uso de los recursos naturales por actividades turísticas, y asimismo procura la conservación de la cultura y tradiciones del destino. En otras palabras, pretende ser una actividad ambiental y socialmente responsable.

Como respuesta a esa necesidad del mercado se ha propuesto el turismo de pueblos y el ecoturismo como un medio innovador de desarrollo para el mercado colombiano y eventualmente al mercado extranjero, enfatizando en el mercado fronterizo.

A nivel de la evaluación que se puede hacer a las empresas turísticas en el Departamento de Nariño, la primera consideración a tenerse en cuenta se relaciona con criterios de subsistencia, crecimiento y utilidad, que los actores de acuerdo con su experiencia y conocimiento determinen.

Cuadro 5. Valoración del estado actual de la empresa turística en el Departamento de Nariño

CRITERIO	Definición	VALORACIÓN (NIVEL)		
		ALTO	MEDIO	BAJO
Subsistencia	La empresa en esta etapa se consolida en el mercado sin generar crecimiento o desarrollo significativo que les permita superar graves momentos de crisis interna o contingencias fuertes del mercado			X
Crecimiento	La empresa buscar mejorar La productividad y competitividad, por la vía de eficacia y cumplimiento de los indicadores		X	
Utilidad	Medida en términos de desarrollo económico, social, ambiental	X		

6.1.2 El Santuario de Flora y Fauna Galeras, la UAESPNN, las instituciones, la Zona Amortiguadora del SFFG, TIERRANDINA y el Estado como generadores de valor agregado y competitividad. Con el desarrollo de talleres de reflexión, concientización y toma de decisiones que Tierrandina ha realizado con sus asociados, se ha tenido la oportunidad de presentar el tema de los clusters y microclusters, haciendo énfasis a la importancia que tiene el hecho de que en una área geográfica se presente el desarrollo de varias cadenas productivas competitivas y el papel que juegan las organizaciones comunitarias, las instituciones privadas, la empresa y las instituciones del estado en el desarrollo de estas. Para empezar hablaremos del Estado el cual hace presencia en el contexto nacional, con las instituciones del sector publico, quienes deben ser los encargados de facilitar los procesos de desarrollo social, la economía moderna hace énfasis en este aspecto y toca puntos claros cuando habla del papel del estado, se plantea que el estado debe ser facilitador de procesos, mas no ser el responsable directo de una actividad, un ejemplo de esto puede ser como el Gobierno genera mediante el Ministerio de Comercio Exterior, tratados

comerciales binacionales o multinacionales, para el flujo de mercancías nacionales, mas no es el Estado el creador de empresas exportadoras de bienes o servicios. La competitividad de una región se la encuentra no solo en los productos sino también en las posibilidades que se tiene para ofertarlos, esto se puede observar claramente en la el área que tiene presencia Tierrandina, en donde se encuentran productos pero en donde las condiciones no favorecen una adecuada explotación de estos, se presenta un deterioro en las vías de acceso, en el nivel de formación de los campesinos, un limitado acceso a medios de comunicación, unas políticas de estado desfavorables en toda medida al sector agrícola y un sentido abandono del gobierno regional para con estas comunidades.

Las organizaciones comunitarias han demostrado que construyen ágilmente procesos de desarrollo regional; allí está la importancia de estas en el entorno rural, se han encontrado ejemplos claros que demuestran la efectividad de estas organizaciones en las actividades de generación de competitividad, de una u otra manera esta ha sido una herramienta que facilita la labor productiva, es importante aclarar el papel de las organizaciones, las cuales no son un todo en el campo empresarial, pero que cuando se fortalecen y se direccionan con un buen manejo, son herramientas capaces de construir competitividad.

Uno de los productos que se cataloga en el rango de la competitividad en Nariño, según el plan de desarrollo turístico del departamento lo constituye el Santuario de Flora y Fauna Galeras, el cual presenta una magna riqueza natural, por cuanto se deben dirigir esfuerzos para facilitar el desarrollo de una actividad económica como lo es el turismo de naturaleza, involucrando a las comunidades amigas del parque natural y de la conservación con la institucionalidad publica y privada.

Para Tierrandina es importante mantener procesos de conservación ambiental, ampliando su cobertura de participación he involucrando a mas actores sociales a intervenir en estos procesos, es necesario el acompañamiento de instituciones como la UAESPNN quien ha demostrado un compromiso serio con las comunidades, siendo sinónimo de respaldo frente a las actividades que las veredas adelantan en procura de mantener en pie una filosofa conservacionista del medio ambiente. Parques Nacionales construyo con las comunidades procesos de convivencia entre la naturaleza y las comunidades campesinas, este hecho da como resultado un amplio sentido de colaboración y entrega de las comunidades campesinas hacia Parques Nacionales y los objetivos que esta institución plantea y persigue.

Es claro para las comunidades campesinas que es importante generar competitividad y empezar a desarrollar cadenas productivas de valor, en donde la calidad y el servicio imperan sobre muchos factores. Para la asociación Tierrandina es imprescindible consolidar procesos productivos sostenibles, encaminados a fortalecer procesos ambientales y económicos, procesos que de

una u otra manera están ligados por cuanto muchos de los problemas de impacto ambiental que se generan en el SFFG son producidos por la falta de ingresos económicos percibidos por una actividad productiva.

Se puede establecer clusters o micro cluster para Tierrandina en varios campos, bien sean agrícolas, pecuarios, forestales o de servicios, uno de los posibles escenarios propuestos por las comunidades es el de el desarrollo del turismo de naturaleza, bien sea diseccionado hacia un turismo rural, turismo de pueblos, ecoturismo, agroturismo o turismo de deporte y aventura.

Se encuentran varios escenarios que demuestran un gran potencial en el campo turístico, cada vereda pose un sin número de atractivos y riquezas culturales que enriquecen la región, por tal motivo estas características hacen que el desarrollo de esta actividad en una zona impulse el trabajo no solo en su campo de acción sino también en la que posiblemente seria su competencia, en este caso otra vereda o zona.

En el marco del trabajo de Tierrandina con las comunidades de la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna galeras se han adelanto esfuerzos para consolidar el inventario de los productos con características competitivas generadas por el desarrollo del proyecto ecoandino y los actuales procesos apoyados por la UAESPNN y CORPACOT, procesos que aunque no hayan tenido una filosofía económica, han generado mejoras a la región y a los productos que aquí se producen, en ese orden de ideas podemos describir a la zona amortiguadora del SFFG como una región con potencialidades comerciales en pro de un desarrollo sostenible creciente.

6.1.3 Las opiniones de las familias en la Zona de Amortiguación del Santuario de Flor y Fauna Galeras. El trabajo desarrollado por Tierrandina con las familias campesinas, muestra que es posible vivir en comunión con la naturaleza y las comunidades veredales, comunidades que se han visto golpeadas por la falta de recursos económicos, pero que tienen una gran riqueza, la cual la reflejan en su cultura, su espíritu de trabajo y el entorno natural del cual están rodeadas, ahora éstas comunidades añaden un nuevo valor y es el sentido de conservación de su entorno ambiental, social, cultural, y económico como posible solución en el desarrollo del turismo receptivo sostenible. El compartir un instante con estas familias campesinas le abre los ojos hacia una realidad latente en muchos hogares colombianos, en donde la falta de oportunidades, el olvido de los entes gubernamentales y en muchos casos las circunstancias han obligado a que las comunidades adopten actitudes y acciones que desequilibran la armonía del medio donde se desenvuelven.

Es importante destacar la labor que la UAESPNN ha desarrollado en la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna Galeras, en donde la participación de la institución con la gente hizo que se minimice el impacto ambiental que las

comunidades campesinas realizaban en esta zona, y que como consecuencia convierte esta zona en un potencial atractivo ecoturístico y agroturístico.

Para las comunidades campesinas es fundamental implementar procesos productivos que satisfagan muchas de sus necesidades, en esta región la mayoría de las familias viven de un jornal, o de una cosecha producida por sus minifundios en épocas aisladas del año y en ocasiones una cosecha realizada una vez al año, con productos no competitivos o que están en vía de extinción por las políticas gubernamentales del estado.

Para dar una relación de los ingresos de un padre de familia cabeza de hogar de esta zona miramos que el jornal se lo paga en promedio a siete mil pesos por día, sin derecho a prestaciones, ni vacaciones, ni seguros de salud o pensión, adicionalmente a esto el echo de que en semana el promedio de días trabajados se limita a cuatro, por cuanto en semana un jornalero gana veintiocho mil pesos, al mes ciento doce mil pesos, los cuales debe distribuirlos en el pago de servicios de energía eléctrica, la compra de gas, la escuela para sus hijos, transporte, vestido y alimentación, y ni hablar de las personas que tienen una finca, quienes deben distribuir las utilidades de su actividad para doce meses del año y en donde el promedio de utilidades es de seiscientos mil pesos o menos por hectárea de tierra, este y muchos mas argumentos reflejan la necesidad de generar empresa en esta región.

Listado de los talleres:

- ✓ **Taller de cooperativismo y empresas del sector comunitario.**
- ✓ **Taller de diseño de producto.**
- ✓ **Taller sobre cadenas de valor agregado, clusters y microclusters.**
- ✓ **Taller participativo de diseño del inventario de productos (bienes o Servicios) por categoría competitiva.**
- ✓ **Taller práctico en la construcción de ideas de proyectos productivos Empresariales regionales.**
- ✓ **Taller para el desarrollo participativo de un plan de mercadeo para cada Idea empresarial propuesta.**

Cada uno de estos talleres ayudó a formar una visión empresarial ecoturística y agroturística sostenible y a generar una concientización de la importancia del turismo en la región.

6.1.4 Proceso de formación empresarial de la asociación de comunidades campesinas andinas de NARIÑO “TIERRANDINA”. La asociación Tierrandina en materia de comercialización no ha tenido procesos establecidos, en esta oportunidad se hizo un acercamiento hacia esta clase de temas y por ser una organización comunitaria se busco la opción de constituir empresas comunitarias tratando de generar procesos sostenibles que satisfagan algunas de sus necesidades y que promuevan el trabajo desarrollado en procura de conservar los recursos naturales, es importante que las ideas productivas surjan de las comunidades y de su conocimiento con relación a las diferentes opciones de negocios.

Dentro de la temática utilizada en el desarrollo de talleres de comercialización se hizo énfasis en la importancia de las empresas del sector comunitario y el desarrollo que estas mantienen a lo largo de su trayectoria, también se presento una descripción de algunos conceptos básicos de mercadeo, teniendo en cuenta el producto, el precio, su demanda, la oferta y las formas de negociación.

6.1.5 Matriz DOFA. De acuerdo a la información presentada en los anteriores ítems y teniendo en cuenta la observación directa en el área del Santuario de Flora y Fauna Galeras, se plantea en las paginas siguientes, la matriz dofa, en la cual se indican las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas en el Santuario de Flora y fauna Galeras que deben considerarse como punto de partida para el diseño de estrategias de mercadeo turístico en esa área rica en recursos naturales, paisajísticos y culturales :

MATRIZ DOFA

OPORTUNIDADES	
En lo ambiental	Buen estado de conservación del área (SFFG)
	el SFFG se encuentra ubicado estratégicamente y permite una conectividad y funcionalidad en los procesos migratorios de las aves desde el pie de monte amazónico hacia el litoral Pacífico y desde el sur hacia el norte del país
	Existe una gran riqueza biológica y cultural
	Existen unas especies focales objeto de protección

<p>A partir del reconocimiento de las áreas protegidas, del buen estado de conservación, de los resultados obtenidos en procesos de concienciación de las comunidades se puede considerar como prioritario y estratégico la formulación de nuevos procesos encaminados a mejorar la aceptación de las comunidades por las áreas en beneficio de los servicios ambientales que le suministra, lo mismo que al fortalecimiento financiero para constituir nuevas áreas en conservación y su valoración por los servicios ambientales que suministra básicamente a la población. Teniendo como referente lo anteriormente mencionado, las AP se pueden fortalecer en la medida que aquellas muy cercanas o limítrofes, en proceso de estudio para su consolidación y legalización permitirá proteger en calidad y cantidad los recursos biológicos y naturales allí involucrados, asegurando su preservación en el tiempo y generando condiciones para minimizar las presiones sobre dichos recursos.</p>	
En lo Socio cultural	Comunidades organizadas en el área estratégica (Tierrandina para el caso del SFFG)
	Participación de actores, ONG's y organismos gubernamentales, con mayor compromiso por la conservación
<p>Alternativamente, se puede establecer procesos para la recuperación del conocimiento ancestral de los pueblos nativos, lo que permitiría en el tiempo, ampliar la base social que se encuentran alrededor de las AP, la cual se podría involucrar en la tarea por la conservación y en últimas en el reordenamiento de los territorios en las diferentes zonas, permitiendo de una manera estratégica la incorporación a procesos de preservación de áreas de reserva y a las comunidades y pueblos indígenas como beneficiarios</p>	
En lo político	Iniciativas compartidas de declarar y manejar el área protegida
	Convenios interinstitucionales
	Descentralización del manejo de los recursos naturales
<p>En los procesos de modernización del Estado y en los diferentes estamentos que rigen los destinos en los departamentos y ciudades permiten considerar como una alternativa de desarrollo la integración de esfuerzos y recursos encaminados a la gestión para la apropiación del recurso humano y financiero apropiado que permita cumplir con los objetivos de conservación en las áreas especiales y representativas</p>	
<p>Para beneficio de la biodiversidad y en muchos casos, para el desarrollo de procesos culturales que interiorizan beneficios hacia sus comunidades muchas de las cuales viven en perfecta armonía con la naturaleza.</p> <p>Dentro de este contexto, la unión de entes públicos y privados, ONG's de reconocimiento local, regional e internacional permitirán el alcance de los objetivos propuestos para la delimitación, preservación del SFFG. De esta manera, se pueden propiciar alternativas generadoras de procesos de concientización de los dirigentes (quienes gestionan), de las comunidades (quienes generan procesos de control y vigilancia) y la participación de Parques Nacionales como el ente encargado por el Estado para el Control y vigilancia y de manejo de estas zonas especiales.</p>	

En lo económico	Experiencia en los lineamientos y ejecución de proyectos cofinanciados con recursos internacionales (Proyecto Ecoandino del convenio UAESPNN y el PMA)
	Capacidad institucional y humana instalada y dispuesta (existe una disposición a nivel central de la UAESPNN de fortalecer procesos para la conservación)
	Oferta de bienes y servicios ambientales (importancia de los recursos hídricos para las comunidades, alternativas económicas a través del ecoturismo, procesos productivos sostenibles limpios)
<p>La actividad económica en algunos casos constituye la única ruta para las comunidades, quienes son las impulsoras y beneficiarias de los procesos para la conservación de las AP; una gestión encaminada a fortalecer aquellos procesos sostenibles que se han impulsado en algunos sectores de la región, deberían ser integrados a la rutina diaria de los campesino y productores, muchos de los cuales pueden lograr cambios convirtiéndose en generadores de bienestar y propiciando un mejor nivel de vida, considerando que se pueden desarrollar actividades productivas amigas de la naturaleza bajo los principios del respeto por el entorno y entre las que se puede mencionar el ecoturismo, ecorestaurantes y ecotiendas, alternativas viables en los hogares donde se encuentran escenarios naturales generadores de bienestar socio económico similar a procesos desarrollados en otras regiones del país. Además, la organización y el fortalecimiento de las comunidades para la conservación, facilita y propicia estrategias de control y vigilancia del entorno empleada como estrategia en aquellos sitios donde no hay presencia institucional.</p> <p>Para el caso de la UAESPNN en el SFFG, ha sido una alternativa puesta en práctica que ha generado mejoría en algunas condiciones de control y vigilancia en aquellas áreas donde no hace presencia institucional por la limitación de recursos económicos, humanos y logísticos, lo cual no minimiza la responsabilidad del quehacer institucional</p>	
DEBILIDADES	
En lo ambiental	Información dispersa y sin georeferenciación (celo institucional para suministrarla)
	Diferencia de criterios de conservación (por la formación y experiencia de los funcionarios)

<p>A nivel local, ha sido una constante la limitación de la información, la cual, en algunos casos, es bastante dispersa y en otros por los costos que se requieren para obtenerla, bastantes altos; lo que la hacen inalcanzable para los recursos disponibles en las instituciones, hecho este que limita bastante la posibilidad de desarrollar procesos investigativos; en algunos casos, lo mencionado anteriormente ha dado como resultado la realización de dobles esfuerzos, lo que incide en el gasto de recursos y tiempo. Además, en el medio, en muchos casos hace falta la realización de trabajos y estudios por equipos multidisciplinarios y los que se realizan se hacen en forma individual lo cual genera informes, muchos de los cuales se archivan y no se difunden. Unido a lo anterior, se encuentra un celo profesional grande y la información se restringe, haciendo imposible en muchos casos su conocimiento</p>	
En lo sociocultural	Falta de capacitación (concientización) de las organizaciones y comunidades campesinas
	Limitaciones y restricción operativa y funcional para convocar a las comunidades campesinas a participar en procesos de conservación fuera de las AP
<p>Una limitante que se encuentra a nivel del desarrollo de actividades en el campo lo conforma los niveles de formación académica y de capacitación bajo de muchos de los actores sociales, de los líderes y en sí, de las comunidades en general, aspecto que limita el quehacer de las instituciones, factor que incide en el desarrollo de procesos de concienciación, como es el caso de Parques Nacionales hacia la preservación. La misma falta de formación académica en las comunidades permite que procesos como la cultura de los cultivos ilícitos sea una amenaza latente para la preservación de los recursos biológicos y en sí de las áreas protegidas, puesto la extracción de material vegetal para diferentes usos y la caza de la fauna existente afectando la dinámica natural de los ecosistemas.</p> <p>Bajo este contexto, se puede considerar que aspectos como la concienciación de las comunidades debe ser el resultado de procesos educativos de formación hacia una cultura para la conservación, entendida ésta como el uso racional de los recursos naturales y su máximo aprovechamiento, permitiendo en las comunidades el mejoramiento de la calidad de vida y en armonía con el entorno</p>	
En lo político	Carencia de respuesta de los actores frente a los conflictos políticos como conservacionistas
	Violencia resultado del enfrentamiento entre actores armados
	Falta de acciones concretas por parte de los gobiernos locales comprometidos
En lo económico	Insuficiencia de recursos financieros

Las debilidades están asociadas en muchos aspectos a la falta de recursos financieros necesarios para la consecución de los elementos humanos y logísticos, lo que se refleja en el alcance de resultados parciales, muchos de los cuales no reflejan una labor de gestión realizada por entes como la UAESPNN y que no permiten una planeación acorde a las necesidades, sino ajustada a la disponibilidad de los mismos recursos. Además, la existencia de una serie de pasos o trámites que se realizan y son necesarios y que hacen más difícil la ejecución de las actividades programadas para hacer control y vigilancia en el Santuario.

La limitación de recursos financieros, permite considerar el quehacer por la conservación realizado por los operarios y funcionarios de la Unidad, sea cada vez más difícil, dado el área de control y vigilancia, la tenencia de sectores donde no se hace presencia y hace falta gobernabilidad requiere que haya un personal adicional de apoyo (guardabosques y otro tipo de personal) para que se dediquen en la ejecución de otro tipo de programaciones que fortalezcan, de una parte, los procesos adelantados, y de otra, se inicien aquellos procesos en beneficio del saneamiento del AP y de la consolidación de una ZA acorde y en beneficio al Santuario

AMENAZAS

En lo ambiental	Impactos negativos por la construcción de carreteras
	Cultivos ilícitos como la mejor opción económica productiva
	Suspensión de la investigación científica por temor a inseguridad, actividad volcánica para el caso del SFGG
	Tráfico ilegal de recursos de flora y fauna (caza y extracción de materiales vegetales, en los que se hace intervención de los ecosistemas)
	Lo ambiental no es prioridad en la política (a partir de los presupuestos, lo ambiental se le dedica mínimos recursos)
	Lo ambiental no es prioritario en el manejo de las necesidades sentidas por los líderes y representantes de las comunidades

<p>La falta de cultura y conciencia ambiental de la gente, hace más grave la situación de amenaza en la que se encuentra el SFFG; de una parte, por la presión ejercida por diferentes grupos al margen de la ley para el establecimiento de ilícitos (en las zonas medias y frías, la amapola) dada la situación social y económica en la región como ocurrió en alguna ocasión anterior pero que permanece latente en la actualidad. De otra parte, la población, básicamente los jóvenes hombres y mujeres, se encuentra en permanente migración hacia otras regiones del país a participar en actividades relacionadas con los cultivos ilícitos y consistente en el aporte de mano de obra no calificada, que les reporta recursos financieros para sus familias, destacándose que, la población que se encuentra en esta situación corresponde a aquella en la edad de mayor productividad económica (18 hasta 40 y 50 años, aproximadamente), quedando relegados en la región por varios meses solo las mujeres, niños y ancianos.</p> <p>Al regreso, aquellos que han migrado, son los mismos quienes propiciaron el establecimiento de parcelas de ilícitos (amapola) en las zona de amortiguamiento cercanas a las áreas protegidas, en sectores de bosque de difícil control para las autoridades.</p> <p>Además, aparte de lo mencionado anteriormente, muchos de los que salen hacia otras regiones, son atraídos por la práctica de actividades ilícitas (dinero fácil, obtenido de robos y atracos o relacionados con grupos de personas al margen de la ley que delinquen de muchas formas afectando la vida normal de las comunidades) que hacen que la trama social sea más compleja, propiciando en sí la degradación de la sociedad en sus áreas nativas al “poner en práctica lo aprendido”.</p>	
<p>También se tiene una oferta y demanda de los servicios ambientales, dentro del cual el recurso hídrico es el de mayor demanda, considerando que no existe en la región otra forma para su aprovisionamiento fuera del que le suministra las fuentes que nacen en las partes altas de las montañas o en los páramos como ocurre en Pasto, ciudad en la cual, aproximadamente un 25% de sus habitantes, requieren este recurso del caudal que nace en zona del Santuario; las demás capitales en el área de influencia del SFFG, en su totalidad demandan este recurso de nacimientos, muchos de los cuales se originan en el área protegida. Las administraciones municipales en la región no han presentado y no hacen gestión para la protección del áreas con características de poca o ninguna intervención</p>	
En lo sociocultural	Descomposición y desplazamientos sociales
	Incremento de la pobreza
	Áreas naturales convertidas en zonas de “protección” para actores armados ilegales

La imagen del colombiano como una persona que vive del narcotráfico ha ocasionado a nivel de cualquier país del mundo un rechazo hacia las personas de esta nacionalidad que en el contexto local es el resultado de que una mínima cantidad de sus habitantes vive y practica como única alternativa el establecimiento de los cultivos ilícitos (coca y amapola), haciendo la intervención en zonas de selva y bosque primario. Además, la presencia de grupos armados ilegales, la idealización de un país en el que no existe la ley, son aspectos que, por los acontecimientos en los últimos años han desencadenado en una confrontación interna que ha generado el desplazamiento de los habitantes desde el campo hacia las ciudades, dejando en el abandono grandes extensiones de territorios ya colonizadas, territorios que esta vez si son usados para que pequeños grupos de gentes se establezcan y encuentren bajo esas condiciones, las alternativas para la siembra y producción de ilícitos y, en este punto, realmente hacer la afectación del medio.

Se vuelven cotidianos problemas como la prostitución, el alcoholismo, llevando a la destrucción de los hogares ahondando aún más la problemática y el entretrejo social reflejándose en el aumento de los niveles de pobreza en la mayoría de la población

En lo político	Desinformación y falta de análisis con criterio de beneficio social y no electoral
	Centralismo de las gestiones ambientales
	Cambios de gobiernos y falta de claridad y continuidad en los procesos ambientales iniciados
	Pérdida de gobernabilidad
	Presencia de grupos armados ilegales
	Temor y pérdida de capacidad prospectiva y de cambio
En lo económico	El temor e inseguridad disminuye la afluencia de visitantes y turistas (áreas menos visitadas por las acciones de los actores armados)
	Puesta en marcha de tratados de competencia en lo comercial y sus efectos

Se considera como una gran amenaza las políticas en general que se manejan, muchas ausentes de los componentes ambientales, otras sin el consenso y priorización de los aspectos más importantes que afectan a la región, dejando de lado los componentes humanos y del entorno, lo que ha ocasionado que, muchos de los dirigentes solo ven la alternativa de gobernabilidad cuando se manejan y gestionan los ideales a la construcción de carreteras, infraestructura y el abandono total a los aspectos, referentes al medio ambiente.

De otra parte, la falta de alianzas estratégicas encaminadas a la formulación y logro de objetivos comunes que sean propuestos en beneficio del medio, dejando de lado todos aquellos aspectos referentes al interés particular y sectorial en los países, lo que conlleva a la gestión a instancias nacionales, que permitan el desarrollo de nuevos contactos y aún más al direccionamiento de unos recursos en beneficio de la conservación de áreas aún no declaradas como protegidas y susceptibles de serlo

FORTALEZAS	
En lo ambiental	Existencia de información básica biológica (se han hecho estudios que son material de referencia)
	Potencialidad de homogenizar metodologías de trabajo e investigación en la región
<p>Existe una formación geológica y geomorfológica muy similar en la región que permite una identificación y caracterización de la zona bajo muchos aspectos comunes, entre los que se pueden referir las actividades económicas agropecuarias (establecimiento de cultivos de clima frío y medio y explotaciones ganaderas), la problemática de los canales de comercialización, los resultados nocivos y erosivos por el mal manejo de suelos, la presencia de formaciones vegetales similares en toda la zona Andina y su problemática lo que ha permitido al común de la gente identificarse como parte de un grupo socio cultural de estrato campesino o colono con los mismos principios e idiosincrasia</p>	
En lo sociocultural	Iniciativas locales y regionales de conservación
	Existencia de una información básica sociocultural
<p>Se tienen grupos que permiten gestionar en beneficio de un trabajo con estas comunidades y sus territorios, mejorando la protección de los ecosistemas naturales que se encuentran en el área donde residen.</p>	
En lo económico	Oferta de bienes y servicios ambientales estratégicos
	La conservación del ecosistema propicia beneficios hacia la producción de la región
	Experiencia en los lineamientos y ejecución de proyectos cofinanciados con recursos internacionales (Proyecto Ecoandino del convenio UAESPNN y el PMA)
	Capacidad institucional y humana instalada y dispuesta (existe una disposición a nivel central de la UAESPNN de fortalecer procesos para la conservación)
	Alternativas económicas a través del ecoturismo
	Procesos productivos sostenibles limpios

En los últimos tiempos las actividades a nivel regional son el resultado de la organización y acuerdos para establecer alianzas estratégicas encaminadas a la unión de acciones, recursos, esfuerzos y gestiones que permitan el cumplimiento de objetivos en beneficio de las comunidades y sus actividades bajo la premisa de una competencia en igualdad de condiciones para ofrecer la mayor cantidad de productos y servicios pero de la mejor calidad. En este contexto, en la conservación, se pueden y deben generar alternativas para el aprovechamiento de los escenarios naturales, los recursos de flora y fauna que permitan el desarrollo de actividades de recreación en beneficio de las personas que, de una parte, ofrecen y, de otra parte existe otro grupo de personas que demandan dichos servicios.

Una gestión encaminada a fortalecer aquellos procesos sostenibles que se han impulsado en algunos sectores de la región, deberían ser integrados a la rutina diaria de los campesinos y productores, muchos de los cuales pueden lograr cambios convirtiéndose en generadores de bienestar y propiciando un mejor nivel de vida, considerando que se pueden desarrollar actividades productivas amigas de la naturaleza bajo los principios del respeto por el entorno y entre las que se puede mencionar el ecoturismo, ecorestaurantes y ecotiendas, alternativas viables en los hogares donde se encuentran escenarios naturales generadores de bienestar socio económico similar a procesos desarrollados en otras regiones del país. Además, la organización y el fortalecimiento de las comunidades para la conservación, facilita y propicia estrategias de control y vigilancia del entorno empleada como estrategia en aquellos sitios donde no hay presencia institucional.

Para el caso de la UAESPNN en el SFFG, ha sido una alternativa puesta en práctica que ha generado mejoría en algunas condiciones de control y vigilancia en aquellas áreas donde no hace presencia institucional por la limitación de recursos económicos, humanos y logísticos, lo cual no minimiza la responsabilidad del quehacer institucional

6.2 LA EMPRESA COMERCIALIZADORA TURÍSTICA

Para aprovechar las oportunidades y fortalezas y minimizar las debilidades para hacer frente en forma exitosa a las amenazas, se plantea la creación de una empresa de la cual sean dueños los campesinos que habitan en la ZA del Santuario de Flora y Fauna Galeras, dedicada a la promoción turística.

El concepto inicial de una comercializadora turística nace de una relación oportunidad – necesidad. El turismo en el siglo XXI se presenta como una de las actividades económicas más importantes del mundo. Muchos países, han reconocido en las últimas décadas los beneficios que puede aportar a la economía y desarrollo en su conjunto.

Quizá la mayor oportunidad que tendrá la industria turística en la próxima década es el crecimiento de los viajes de turismo nacional e internacional. El auge del turismo ha alcanzado proporciones tales, que a mucha gente le parecen increíbles. Considerado a gran escala, el turismo puede tener un efecto significativo en las economías nacionales e internacionales.

Observando una oportunidad tan importante, en materia turística, es necesario examinar hacia el interior del país, y aquí encontramos una fortaleza increíble en términos de potencialidades turísticas, el departamento de Nariño es considerado uno de las regiones potenciales turísticas, gracias a la cadena volcánica que lo rodea, además cuenta con incomparables reservas naturales, lagunas y paisajes.

Pero por otro lado, la situación económica de los campesinos en Nariño es bastante complicada, las nuevas tendencias económicas y acuerdos como el TLC, dejan un escenario difícil para el desarrollo socio – económico de la región.

Como respuesta a estas condiciones socio – económicas, el ecoturismo ingresa como una medio de desarrollo regional, el gobierno nacional como el departamental, adelantan esfuerzos importantes en materia turística, con el fin de generar a mediano y largo plazo turismo sostenible.

6.2.1 Razón Social y principios estratégicos. La empresa encargada de comercializar el potencial turístico del Santuario de Flora y Fauna Galeras, se denominará Comercializadora Turística del Santuario de Flora y Fauna Galeras (COMTUSGAL)

Principios Estratégicos:

MISIÓN. Desarrollar, promover, comercializar y difundir el potencial turístico del Santuario de Flora y Fauna Galeras en el mercado regional, nacional e internacional, con el propósito de consolidar la afluencia de visitantes, con los más altos márgenes de calidad y competitividad mediante la promoción en eventos de mercadeo, campañas publicitarias, distribución de material promocional, capacitación, servicios, y la búsqueda de inversionistas interesados en el sector. Orientando a la empresa hacia el mejoramiento continuo, la constante disposición al cambio y la búsqueda permanente de la excelencia.

VISIÓN. Ser la primera comercializadora turística nariñense, con reconocimiento y respaldo a nivel nacional, promoviendo al Santuario de Flora y Fauna Galeras como destino turístico de Colombia. Proyectándose hacia su consolidación como líder en la región y en el país, con base en su vinculación y diálogo con el sector turístico, estamentos gremiales y reguladores del mismo.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- √ Posicionar la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras en los Municipios de Consacá y Yacuanquer como uno de los principales destinos turísticos del Departamento de Nariño.
- √ Desarrollar un portafolio de servicios turísticos para esta zona específica.

- √ Desarrollar un plan estratégico de marketing, que soporte y explote el progreso turístico de la zona.
- √ Estimular la demanda ecoturística, nacional e internacional.
- √ Conseguir un crecimiento cuantitativo del volumen turístico en la zona.
- √ Crear paquetes turísticos para los municipios de Yacuanquer y Consaca, pertenecientes a la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna galeras en el departamento de Nariño, (SFFG).
- √ Generar tácticas y estrategias comerciales para mantener un flujo turístico en la zona.
- √ Crear alianzas estratégicas que respalden el trabajo y generen valor añadido a la comercializadora y sus servicios.
- √ Crear una imagen turística competitiva en el mercado nacional, tanto de la empresa como de la zona turística.
- √ Generar tácticas y estrategias de comunicación efectivas para abarcar un amplio porcentaje de potenciales consumidores.

6.2.2 Acciones a desarrollar en el aspecto operativo de la empresa.

- Asesoramiento: La acción de asesoramiento de la comercializadora turística tiene dos enfoques: El primero es hacia los proveedores turísticos con los cuales se diseñará e implementará lo concerniente a paquetes turísticos, destinos y portafolio de servicios, y el segundo es hacia los clientes.

Mediante el asesoramiento se informará al cliente de toda la oferta disponible de bienes y servicios, con criterio de imparcialidad y objetividad, tratando de orientar al cliente hacia la satisfacción de sus necesidades y adecuar el portafolio de servicios en tal sentido.

- Intermediación: La comercializadora funcionará como intermediaria cuando organiza o gestiona un servicio turístico en nombre de una tercera persona.

Entre los servicios en los que la comercializadora es actor intermediario se destacan:

- √ Reservar tiquetes (de cualquier tipo de transporte).
- √ Reservar habitaciones y otros alojamientos.
- √ Alquiler de alojamiento (ofertas hoteleras y no hoteleras).
- √ Reservar o vender paquetes turísticos o programas turísticos.
- √ Reservar entradas para museos, teatros y otros espectáculos folklóricos, en la región.
- √ Contratar servicios de guías.
- √ Comprar o adquirir guías turísticas.
- √ Organizar actividades y eventos deportivos.

- Organización: Se entiende por organizar al hecho de implementar a través de paquetes turísticos los programas turísticos; también implica conocer la oferta turística y las actividades a poder realizar en la zona.

El método que se debe usar para desarrollar los procesos de comercialización será a través de outsourcing, ya que la empresa se especializará en procesos de planificación, mercadeo y posicionamiento turístico, para luego brindarlos a los potenciales turísticos que están surgiendo en el departamento.

El proceso de outsourcing que se utilizará tiene algunas características básicas que son necesarias mencionar, para entender el funcionamiento de la empresa. El outsourcing consiste básicamente en que las empresas deleguen en un proveedor especializado algunas de las actividades, tareas o procesos que, aunque son fundamentales para su operación, no constituyen el verdadero "corazón" de su negocio. De esta forma, pueden reasignar recursos hacia actividades neurálgicas, al tiempo que obtienen mayor eficiencia en el área o función entregada en outsourcing, ya que la ponen en manos de una empresa con capacidad suficiente para manejarla, con la garantía de mejorar tres aspectos fundamentales: confiabilidad, calidad y costos.

El outsourcing presenta similitudes con varias figuras jurídicas, pero en especial con el contrato de arrendamiento de obra. La empresa COMTUSGAL debe tener en cuenta que las características generales de los contratos de outsourcing son:

1. Complejo: Se ha dicho que son contratos complejos, porque surgen de una serie de vínculos jurídicos. Con respecto a este se entiende que el objeto de los contratos se caracteriza por su complejidad y que ello es así cualquiera sea la concepción de objeto de que se parta.
2. Principal: porque no depende de otro contrato.
3. Oneroso: porque tiene por objeto la utilidad de ambos contratantes gravándose cada uno a beneficio del otro.
4. Consensual: no se requieren formalidades, se obligan por el consentimiento de las partes.
5. Importancia de la etapa precontractual: es en estos casos muy necesaria la etapa precontractual, podríamos decir que imprescindible y será una etapa compleja y de una duración considerable.

Se debe destacar, además, características específicas del contrato, entre los que se enumeran:

- a) Intuitio personae: Porque será contratado el servicio con una determinada empresa en virtud a sus cualidades específicas.
- b) De tracto sucesivo o ejecución continuada: se trata del cumplimiento de una tarea de ejecución periódica o permanente, dentro del plazo estipulado contractualmente.

c) precio: En la mayoría de los casos se pactará el pago escalonado o en cuotas. Para el cálculo del precio, el outsourcer tendrá en cuenta la inversión que deberá realizar, estimando la cantidad de horas necesarias para alcanzar el nivel de servicio que se pretende y el personal que tendrá que contratar para tal fin.

Es oportuno citar algunas de las cláusulas que se deben tener presente a la hora de realizar un contrato de outsourcing.

Plazo: normalmente el plazo del outsourcing va de 5 a 10 años. Casi siempre se tiende a la renovación de este plazo, debiendo informarse con un plazo de 4 a 6 meses de anticipación al vencimiento del plazo en caso de no realizarse la renovación.

Confidencialidad: en realidad es en lo primero que debemos pensar, aún en la etapa precontractual, ya que la empresa contratada tendrá gran información sobre la contratante.

Capacitación: debemos establecer si la empresa que contrata desea que se dé capacitación a sus empleados, en ese caso de que tipo y en que oportunidades, determinando cuales son los objetivos de la misma.

Traspaso de personal técnico: Normalmente la empresa que contrata al outsourcer, traspasa a este parte de su personal técnico. En estos casos es sumamente importante determinar la desvinculación de los empleados y la recontractación del personal, estableciendo temas como antigüedad, remuneración, cargas sociales, etc.

Responsabilidad del outsourcer: esto deberá estar determinado por la calidad del servicio solicitado, para lo cual resulta de fundamental importancia especificar estándares de calidad, los plazos para realizar determinadas actividades y cláusulas de anulación anticipada y sus consecuencias.

Todo el proceso reglamentario, será elaborado por la comercializadora, y expuesto a los proveedores turísticos, para facilitar y agilizar el proceso de contratación.

6.2.3 Ideas prioritarias de la empresa. Es muy importante y urgente sumar esfuerzos para la consolidación de la promoción y comercialización de la oferta turística, aprovechando las políticas nacionales, intensificando la promoción a nivel nacional, así como buscar nuevos nichos internacionales y asegurar los mercados internos de turismo ya establecidos. La acentuada competencia entre los mercados turísticos nacionales obliga a fortalecer con calidad las campañas promocionales.

El desarrollo turístico sostenible es la preservación y aprovechamiento racional de los recursos naturales, y de estos recursos depende en gran medida el futuro de Nariño. Es por eso que tenemos el reto de heredar a las próximas generaciones un medio ambiente sano sin que ello signifique limitar el crecimiento económico. Por tal razón, las estrategias de este Sector retoma de manera fundamental el uso racional de los recursos naturales para el desarrollo ecoturístico con proyectos de preservación ecológica.

Es indispensable crear valores de identidad que nos conviertan en seres deseosos de mostrar a otros lo que somos y lo que la historia nos ha legado como seres humanos.

Se requiere de acciones que se traduzcan en mayor número de visitantes. Es innegable lo importante que es el turismo receptivo internacional y nacional. Sin embargo no debe descuidarse que cuatro quintas partes del movimiento frecuencial del turismo es doméstico, por lo que es necesario intensificar esfuerzos en este rubro con el propósito de incrementar la afluencia y estadía turística en la región.

La calidad de los servicios influye en los índices de afluencia turística. Un turista bien atendido se lleva una buena imagen y con seguridad regresa a Nariño nuevamente y en especial al Santuario de Flora y Fauna Galeras, mientras que aquel que no recibió una atención adecuada buscará otras opciones. Esta es una razón para promover altos índices de calidad lo que garantizará niveles competitivos en nuestros servicios turísticos.

Se busca impulsar de manera decisiva el mejoramiento de la infraestructura turística existente, así como dotar de los servicios básicos a los principales sitios turísticos, e incorporar al sector social en la actividad turística ofreciéndoles una alternativa diferente a la agricultura, que les permita el beneficio familiar y el desarrollo de sus comunidades.

Las zonas arqueológicas, sitios y monumentos históricos constituyen un potencial en materia de atractivos turísticos. La atención que han recibido los principales sitios arqueológicos de la región, aún es muy reducida, por lo que falta mucho por hacer, de tal manera que permita preservar el patrimonio histórico e incorporarlos a la oferta turística de Nariño.

La participación comprometida de los sectores privado y social y de los municipios, es fundamental para el desarrollo turístico, por lo que es necesario implementar diversos mecanismos que fortalezcan los programas institucionales del Sector, tomando en cuenta las decisiones y las acciones que se realicen y las propuestas y peticiones que se planteen.

Es necesario que la actividad turística coadyuve eficazmente a la recuperación económica, generando nuevas fuentes de trabajo que incorporen a la vida productiva a hombres, mujeres y jóvenes por igual, significando un importante medio de ingreso de divisas para la zona particularmente y al departamento en general.

Buscar inversión privada, Se busca que la inversión se oriente a proyectos estratégicos, que logren incrementar las noches de pernocta en las principales ciudades y destinos turísticos, además del gasto promedio del visitante; que se

generen mayores fuentes de trabajo y, por consecuencia, se eleve la calidad de vida de los habitantes de la zona.

6.2.3 Valores Empresariales y políticas empresariales. La acción operativa de la empresa COMTUSGAL, estará guiado por los valores empresariales:

- √ Respeto mutuo
- √ Trabajo en equipo
- √ Puntualidad
- √ Sentido de pertenencia
- √ Fidelidad
- √ Honestidad
- √ Responsabilidad
- √ Dinamismo
- √ Confianza

Políticas empresariales.

El talento humano al servicio de la empresa y los outsourcer deberán tener excelente presentación personal tanto en la empresa como fuera de ella y especialmente durante la presencia de visitantes.

Los empleados de la empresa tendrán que observar estricto cumplimiento con los horarios establecidos para el inicio y finalización de la jornada laboral en la empresa. Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m.

Se exigirá en forma permanente puntualidad y responsabilidad en cuanto a la asistencia a reuniones y comités programados para la planificación de estrategias, evaluación de procedimientos y presentación de resultados. Todos los empleados de COMTUSGAL deben demostrar alto sentido de compromiso y responsabilidad en las funciones laborales y en la realización de cada una de las actividades asignadas.

En el interior de la empresa y cuando sea representada, se deberá atender y responder de manera oportuna y confiable las necesidades de los clientes. Todos los integrantes de la empresa que tengan contrato vigente al igual que los que hayan cancelado su contrato con la comercializadora deberán respetar una cláusula de confidencialidad.

Credo empresarial. Liderazgo, creatividad y competitividad son los pilares de la empresa, el compromiso adquirido con nuestros clientes y con Nariño argumenta nuestro trabajo. Sin dejar de lado el respeto mutuo como muestra de tolerancia y honestidad para facilitar el trabajo en equipo y generar entre los miembros del grupo de trabajo, sentido de pertenencia que se traduzca en valores fundamentales para el bienestar personal y de la empresa.

6.3 INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO – SERVICIO

Tal como ocurre en cualquier modelo de marketing, un modelo turístico requiere de un producto para ofrecer a los potenciales clientes, que en este caso, son los que busquen directamente a COMTUSGAL o a quienes las agencias de viajes contacten, pero como se ha dicho, encarguen a la empresa el manejo del negocio en el SFFG.

6.3.1 Materia prima. La materia prima son los sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folclore, realizaciones técnico-científicas y eventos o acontecimientos que se programen por parte de los habitantes y que sean de interés para los visitantes y que fueron indicados en el inventario turístico que se presenta en el Capítulo 4 de este estudio, debidamente clasificado, en natural, flora, fauna, cultura.

6.3.2 Producto turístico. El producto que inicialmente se ofertará en el mercado turístico es un conjunto de recursos dependientes y complementarios entre si, que está en condiciones de satisfacer las necesidades de los turistas que buscan otras experiencias, lejos de la playa, los centros de consumo masivo, almacenes, ruido y buscan contacto con la naturaleza y el conocimiento.



Duración 3 Días, 2 Noches pernoctando en posadas locales de las veredas El Rosario y San Felipe del Municipio de Yacuanquer.

ITINERARIO:

Día Uno : BIENVENIDOS AL LUGAR DONDE EL VERDE ES DE TODOS LOS COLORES

7:00 a 7:10 A.M. Encuentro en el hotel rumbo a una vivencia intensa en el campo

7:10 A.M. a 8:10 A. M. Traslado al casco urbano de Yacuanquer Vereda San Felipe

8:10 A. M. a 9:10 A. M. Refrigerio

9:10 A.M. a 12:10 A.M. Recorrido por dos fincas agro ecológicas acompañados por guías de la región

12:10 P. M. a 2:10 P. M. Almuerzo-: Descubra los sabores frescos del campo y conozca los secretos de la cocina campesina en el eco restaurante SABOR DE CAMPO

2:10 P. M. a 6:10 P. M. Recorrido por las veredas El Rosario, Mohechiza, y San Felipe. Cabalgatas, Visita al Trapiche y Compras artesanales

6:10 P. M. a 8:10 P.M. Cena en posadas locales

8:10 P. M. a 11:10 P. M. Integración cultural en la Maloca de LOS NOMOS, sorprendentes mitos y leyendas, ritmos y danzas regionales amenizaran la noche campestre.

Segundo Día: El frío de la mañana animado por el cántico de los pájaros inspira a vivir intensamente un nuevo día de campo.

7:00 A. M. Desayuno: Del nido y la huerta a la mesa como su gusto lo prefiera.

9:30 A. M. a 12:30 P.M. Conozca el cultivo del trigo fruto y ancestral costumbre de esta región

12:30 A. M. a 2:30 P.M. La fertilidad de la tierra y el tesón del campesino permiten a usted en esta ocasión la construcción de su menú

2:30 P. M. a 6:30 P.M. Milenios de historia, capa sobre capa, se descubren en la energía apagada del Volcán La Guaca

6:30 P. M. a 8:30 P.M. Cena en posadas locales

8:30 P. M. a 10:00 P.M. El canto de los duendes, caras e historias en la maloca de LOS NOMOS

Tercer Día : Caminata, expedición, reflexión y contemplación de la laguna de Telpiz HOGAR DEL SILENCIO Y LA RECONCILIACIÓN en el Santuario de Flora y Fauna Galeras

7:00 A. M. Desayuno en las posadas locales 8:00 A. M. a 9:30 A.M. Sendero al Mirador del Encanto Andino

9:30 A. M. a 11:30 A.M. Sendero a la Laguna Encantada TELPIZ

11:30 A. M. a 1:30 P.M. Retorno al Mirador del Encanto Andino Almuerzo

Tercer Día: Opción Dos. Desde los cielos llega el embrujo y la magia de Yacuanquer y sus alrededores

7:00 A. M. Desayuno en las posadas locales 8:00 A. M. a 9:30 A.M. Traslado al voladero Chapacual 9:30 A. M. a 11:00 A.M. Práctica de Parapentismo

Espacio de Reflexión 11:00 A. M. a 11:30 A.M.

Retorno a Posadas locales 12:00 P. M. a 2:00 P.M. Almuerzo: Su elección le prodirará satisfacción en el ecorestaurante SABOR DE CAMPO 2:00 P. M.

4:00 P.M. Retorno a San Juan de Pasto

Tercer Día Opción Tres. El volcán y la historia son legados del Santuario para el mundo

7:00 A. M. Desayuno en las posadas locales 8:00 A. M. a 9:30 A.M. Visita al Volcán de la Guaca 9:30 A. M. a 2:30 P.M. Visita Reserva Natural Privada Zaragoza.

Almuerzo 2:30 P. M. a 4:30 P.M. La otra historia de Bolívar monumento a la Batalla de Bombona

4:30 P. M. a 6:30 P.M. Retorno a San Juan de Pasto

5.3.3 Precio. El precio de los productos es:

Paquete de tres días: 408.000 por persona
313.950 por persona en grupos de 5 o más personas

Paquete dos días: 258.000 por persona
195.000 por persona en grupos de 5 o más personas

Paquete de un día: 108.200 por persona
76.000 por persona en grupos de 5 o más personas.

7. CONCLUSIONES

- Este estudio muestra a la comunidad académica el Santuario de Flota y Fauna Galeras, declarado como tal por el Presidente Belisario Betancourt en el año 1985, y que se encuentra ubicado en las faldas del Volcán Galeras, su principal recurso natural, conocido en el ámbito científico mundial como el Volcán de las últimas dos décadas.
- El Santuario de Flora y Fauna Galeras (SFFG) posee una zona de amortiguación que se encuentra bajo la jurisdicción de los municipios Pasto, Nariño, La Florida, Sandoná, Consacá y Yacuanquer, los dos últimos escogidos para este estudio, por contar con veredas en las cuales sus habitantes han adelantado algunos procesos relacionados con la identificación del turismo ecológico como una alternativa de desarrollo sostenible y como fuente de ingresos para las familias campesinas, mediante la venta de bienes y servicios.
- La investigación ha recopilado importante información sobre el inventario turístico competitivo de la Zona de Amortiguación del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG). Están presentes en la ZA en los municipios de Yacuanquer y Consacá, fincas diversificadas y manejo agro ecológico, reservas de la sociedad civil, (Mitos y leyendas (duende, vieja del monte, piedra del pregonero, puente encantado, entre otros), lagunas, ríos y quebradas piedras, cuevas, miradores, museo tradicional, posadas turísticas, ecorestaurantes, eventos culturales, guías, artesanías, dulces de frutas, sitios históricos, amplia riqueza paisajística, fauna y flora nativas, con especies sin clasificación científica, las cuales no se han podido convertir plenamente en productos turísticos, debido a que los campesinos y las asociaciones a las cuales pertenecen (Tierrandina, Paneleros, cafeteros, juntas comunales, umatas) no poseen un direccionamiento estratégico que tenga que ver con el turismo sostenible que aproveche la belleza y la riqueza paisajística de la región.
- La carencia del direccionamiento estratégico está muy relacionada con las características culturales de la región, que dificultan de una parte el trabajo en equipo y de otra la generación de unidades empresariales. Además, la falta de conocimientos sobre el tema de marketing turístico por parte de la clase dirigente de la región, escasa inversión pública y privada, falta de gestión comercial por parte de promotores turísticos en el Departamento de Nariño, originan que el Santuario de Flora y Fauna no sea conocido por muchas personas, a las cuales les gusta el contacto con el tipo de naturaleza y de bienes turísticos con los que cuenta esta privilegiada zona de la patria.
- Últimamente el turismo ha sido considerado como una alternativa de desarrollo económico para todo el Departamento de Nariño, que ha llevado a que se presente un plan de desarrollo turístico y que se adelanten reuniones

binacionales con Ecuador, para realizar un diagnóstico estratégico del sector turístico en la zona fronteriza y tomar decisiones que conduzcan a lograr la visita de turistas nacionales y extranjeros, aunque valga decir, todavía sin mucho éxito, por la concurrencia de dificultades de tipo financiero, carencia de organización y la inexistencia de acciones concretas para minimizar el efecto negativo que sobre el turismo tiene la falta de infraestructura (vías de acceso, atención médica, restaurantes, transporte, oferta de bienes y servicios) y la no cualificación del talento humano de la región para la atención a las personas que decidan visitar la región

- Ante el panorama de falta de acciones privadas y públicas en bien del turismo en la ZASFFG es de destacar la presencia de la asociación campesina TIERRANDINA, que cuenta con un promedio de mil familias campesinas asociadas en los municipios de Yacuanquer, Consaca y Sandoná. Los procesos ecológicos que la asociación ha generado e impulsado en esta población tienen un periodo de cinco años durante los cuales se han desarrollado nuevas alternativas productivas que han ido generando una cultura ambientalista, de conservación, de recuperación de valores culturales ancestrales, con un amplio sentido de sostenibilidad y bienestar social, y los cuales han sido asimilados como tales por los asociados.
- La realización de talleres de sensibilización y educación en los cuales han participado los habitantes de las veredas ubicadas en la ZASFFG, han permitido conocer las opiniones de los campesinos sobre la importancia que tiene para la vida actual y futura de sus comunidades, el potenciar el desarrollo turístico de la región, para lo cual son ellos los llamados a participar en forma efectiva, al apoyar la creación y funcionamiento de la Empresa COMTUSGAL, como comercializadora turística del Santuario de Flora y fauna Galeras, de la cual ellos serán los dueños y como tales, los más favorecidos con el éxito de la misma, porque ellos venden los bienes y servicios que la empresa ofrece, y porque tienen participación en los excedentes monetarios que arroje la operación de la empresa, que pueden ser reinvertidos en desarrollo de infraestructura en la región, en términos de saneamiento básico, electricidad, vías de comunicación, adecuación de hospedajes y restaurantes, etc.
- Esta investigación luego de mostrar un inventario turístico en la zona amortiguadora del Santuario de Flora y Fauna Galeras (ZASFFG), que contiene los potenciales atractivos turísticos a promocionar para el primer trimestre del año 2007 y desarrollar un portafolio de servicios turísticos explotables, ha considerado que la asociación campesina TIERRANDINA sería la entidad encargada de su comercialización, pero las labores de conservación de los recursos naturales en los cuales se encuentra empeñada, le impiden vincularse a acciones empresariales con ánimo de lucro.

- Sin embargo, también se ha podido establecer que mientras no exista un ente privado que se convierta en impulsor de la promoción turística de la ZASFFG, la situación de pobreza de las comunidades campesinas en la región continuará afectando la estabilidad de las familias, muchos de cuyos jóvenes abandonan los hogares para dedicarse a actividades no siempre lícitas por falta de opciones de empleo y capacitación.
- Esta situación ha conducido a que como resultado del diagnóstico estratégico adelantado se plantee con carácter de estrategia fundamental y prioritaria de un plan de marketing exitoso, para la zona amortiguadora del santuario de flora y fauna galeras (ZASFFG), la creación y funcionamiento de la empresa COMTUSGAL, para lo cual este estudio aporta los principios estratégicos, acciones a desarrollar, credo empresarial, políticas, entre otros aspectos y el portafolio de servicios turísticos que inicialmente ofertará a los potenciales clientes, a través de acciones propias o por intermedio de agencias de viajes y otros promotores turísticos regionales y nacionales.

8. RECOMENDACIONES

- Corresponde a los gobiernos municipales de Yacuanquer y Consacá y a la gobernación del Departamento de Nariño, facilitar el desarrollo turístico de la ZASFFG, mediante la vinculación con la comunidad apoyando la realización de obras de infraestructura en saneamiento básico, educación, salud, vivienda y comunicación que se requieren para mejorar la calidad de vida de la población nativa y garantizar una buena atención a los visitantes.
- TIERRANDINA como organización campesina pionera en adelantar actividades de desarrollo sostenible entre las comunidades de la ZA, debe continuar apoyando procesos de capacitación de los asociados, para que en el corto plazo sean ellos quienes administren la empresa COMTUSGAL y tomen las decisiones de reinvertir utilidades en el desarrollo sostenible del santuario.
- A las empresas dedicadas a la oferta de servicios turísticos y promoción de desarrollo turístico como agencias de viajes, Comfamiliar, Turnariño, fondos de empleados, entidades de crédito, entidades educativas, les cabe la responsabilidad social de impulsar la consolidación de COMTUSGAL en el mercado, mediante la contratación de los servicios que ofrece, teniendo en cuenta que la empresa reinvertirá los excedentes de liquidez en beneficio de la naturaleza en la ZASFFG, de la cual el principal componente es el ser humano.
- Este estudio debe ser visto como una invitación al hombre y mujer nariñense a conocer primero las riquezas paisajísticas propias, que son apreciadas por visitantes que llegan desde sitios muy alejados de la geografía departamental, y que no son suficientemente reconocidos y valorados por quienes los tienen a su alcance.
- La investigación hace énfasis a que deben ser los mismos campesinos que mediante el liderazgo de los asociados a TIERRANDINA tomen las riendas de la empresa COMTUSGAL, para que no se convierta solamente en comercializadora de productos y servicios turísticos, sino que busque ante todo el desarrollo sostenible del paraíso de Nariño para el mundo, como lo es el SFFG.

BIBLIOGRAFÍA

ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo – Conceptualización y Organización (Tomo 1). Trillas Turismo México, 1995.

Planificación y Dirección (Tomo 2). Trillas Turismo México, 1995.

ALTÉS MACHÍN, Carmen: Marketing y Turismo, Edit. Síntesis. Madrid, 1993.

BIBLIOTECA DE CONSULTA MICROSOFT ENCARTA 2006.

COBRA, Marcos: Marketing de Servicios. Segunda edición, Mc.Graw Hill, Colombia, Año 2000

COMISIÓN DE LA OMT PARA LAS AMERICAS (CAM)

DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO-OMT. Boletín electrónico

DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS Espasa Calpe, S.A. 2002.

TOLEDO et al. “Marketing y competitividad de empresas turísticas en ambiente globalizado”. México. Septiembre, 2001

WIGHT, P.A. Ecotourists not a homogeneous market segment the encyclopedia. 2001

NETGRAFIA

[*Cumbre Mundial del Ecoturismo.html*](#)

[*Red de Turismo Sostenible de Colombia.html*](#)

[*www.world-tourism.org*](#)

[*www.sectur.gov.ar*](#)

[*www.intertournet.com.ar*](#)

[*www.ezine-turismo.com*](#)

[*www.edicionesnuevaRepública.com*](#)

[*www.turismoaventura.com*](#)

[*www.winred.com*](#)

[*www.amtave.org*](#)

[*www.gestiopolis.com*](#)

[*www.liderazgoymercadeo.com*](#)

[*www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo*](#)

[*www.allrural.com*](#)

[*www.agroturismo.net*](#)

[*www.viarural.com.ar/servicios/instituciones/conadepa/notas.html*](#)

[*www.uchile.cl/publicaciones/anales/5/estudios5.html*](#)

[*www.planchile.cl/puntog16/agroturismo.html*](#)

[*www.mixmarketing-online.com*](#)

[*www.poder.com*](#)