

DISEÑO DE SERVICIOS PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LAS ZONAS RURALES ALEDAÑAS DE LA CIUDAD DE PASTO (OBONUCO, SAN FERNANDO, CABRERA) CON EL FIN DE VISIBILIZAR EL TRABAJO DE LOS AGRICULTORES PASTUSOS.

PRESENTADO POR:

PAOLA ANDREA QUETAMA PIAMBA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO GRÁFICO  
SAN JUAN DE PASTO  
2019

DISEÑO DE SERVICIOS PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LAS  
ZONAS RURALES ALEDAÑAS DE LA CIUDAD DE PASTO (OBONUCO, SAN  
FERNANDO, CABRERA) CON EL FIN DE VISIBILIZAR EL TRABAJO DE LOS  
AGRICULTORES PASTUSOS.

PRESENTADO POR:  
PAOLA ANDREA QUETAMA PIAMBA

Trabajo de grado para obtener el título de diseñador gráfico

ASESOR DE TESIS:  
ANA PATRICIA TIMARAN

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO GRÁFICO  
SAN JUAN DE PASTO  
2019

Nota de responsabilidad

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

---

---

---

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, 2019

## AGRADECIMIENTOS

Al alma máter, lugar en donde me formé y aprendí de los mejores profesores que más que maestros, fueron ante todo unos guías y compartieron además de saberes específicos, una sonrisa y una palabra de aliento.

A mis familiares, quienes forjaron a la persona que soy, a ellos que con ojos cerrados y con fe siguieron mis pasos en esta carrera, los que han sufrido y festejado, igual que yo, el sabor de los sueños.

A él, que me dio la vida y está, como si de una ironía se tratara me lo quitó tempranamente, Edgar Quetamá, que se llevó consigo un pedacito inolvidable de mi vida; una flor eterna en su tumba.

A los agricultores de mi ciudad, quienes con su trabajo alimentan a millones de habitantes, a sus tierras, sembrados, riachuelos y quebradas que los atraviesan como venas, a ellos y toda su labor generosa de cultivar no solo productos sino riqueza y cultura.

A los usuarios del servicio, quienes se preocuparon y prestaron atención al trabajo, a la tierra, al agricultor y a la memoria de esta gran región, a su disponibilidad y sus ansias de llevarse a través de esta experiencia un instante pasajero de felicidad.

A todas aquellas personas que me acompañaron durante todo este proceso, que fueron apoyo, refugio y ánimo.

## RESUMEN

El contenido de la siguiente investigación tiene como objetivo general el “Diseño de servicios para promover el turismo rural en las zonas rurales aledañas a la ciudad de Pasto, Obonuco, San Fernando y Cabrera, con el fin de visibilizar el trabajo de los agricultores pastusos” Por lo tanto, el estudio de este proyecto se centra en la búsqueda de soluciones que aporten con el fin del objetivo planteado, junto al reconocimiento de la agricultura, los bellos paisajes, los ríos y riachuelos de cada sector los cuales se intervinieron; para que sean reconocidos y valorados por las nuevas generaciones. Este proyecto posee un enfoque cualitativo, que interpreta, describe y socializa los patrones socioculturales de las localidades (corregimientos y veredas), que a partir de este enfoque se aplica la investigación acción participativa, con el apoyo de mecanismos de recolección de datos como entrevistas y observaciones. Al igual que desde lo proyectual se rige por un método de diseño que comprende las fases de análisis, procesos creativos y ejecución de las ideas; es decir, de indagación centrada en las personas, ideación, prototipo y valoración.

Sendero Rural es un Servicio con enfoque social que promueve el turismo rural en el entorno regional y contribuye al reconocimiento de las labores agrícolas y los cultivadores Pastusos; además aporta en el fomento de vínculos entre sectores rurales, urbanos y el campo. Sendero Rural, Turismo y Diversidad ofrece un recorrido con actividades dentro del contexto rural, que incluye la participación de los agricultores en procesos agrícolas y personas vinculadas al servicio, donde se logra una comunicación basada en la enseñanza de las actividades de la agricultura.

## ABSTRACT

The main objective of the following research is "Design of services to promote rural tourism in rural areas near the city of Pasto, Obonuco, San Fernando and Cabrera, in order to make visible the work of pastus farmers" Therefore, the study of this project focuses on the search for solutions that contribute to the goal, along with the recognition of agriculture, the beautiful landscapes, rivers and streams of each sector which were intervened; so that they are recognized and valued by the new generations. This project has a qualitative approach, which interprets, describes and socializes the sociocultural patterns of the localities (corregimientos and sidewalks), which from this approach participatory action research is applied, with the support of data collection mechanisms such as interviews and observations. Just as from the design point, it is governed by a design method that includes the phases of analysis, creative processes and execution of ideas; that is, of inquiry focused on people, ideation, prototyping and valuation.

Rural Path is a service with a social approach that promotes rural tourism in the regional environment and contributes to the recognition of agricultural work and cultivators Pastusos; It also contributes to the promotion of links between rural, urban and rural sectors. Rural Path, Tourism and Diversity offers a route with activities within the rural context, which includes the participation of farmers in agricultural processes and people linked to the service, where communication is achieved based on the teaching of agricultural activities.

## Contenido

|  |           |
|--|-----------|
| 1. Planteamiento del problema.....   | 12        |
| 2. Formulación del problema.....   | 13        |
| 3. Objetivos.....  | 13        |
| 3.1. General: .....  | 13        |
| 3.2. Especifico .....  | 13        |
| 4. Justificación .....   | 14        |
| 5. Marco referencial.....  | 15        |
| 6. Contextualización .....   | 17        |
| 6.1. Macro contexto.....   | 17        |
| 6.2. Micro contexto .....  | 19        |
| 7. Capítulo I – Turismo Rural.....   | 20        |
| <b>7.1.1. Termino Ruralidad .....</b>  | <b>22</b> |
| <b>7.1.2. Actividades que comprende el Turismo Rural.....</b>                              | <b>23</b> |
| <b>7.1.3. Turismo Rural en Colombia .....</b>  | <b>24</b> |
| <b>7.1.4. Turismo Rural en Nariño .....</b>  | <b>25</b> |
| <b>7.1.5. Turismo Rural , una propuesta de valor de un territorio .....</b>                | <b>25</b> |
| <b>7.1.6. Turismo La agricultura como actividad fomentadora de una región.....</b>         | <b>26</b> |
| <b>7.1.7. Experiencia productiva.....</b>  | <b>27</b> |
| <b>7.1.8. El agricultor, como protagonista .....</b>                                       | <b>28</b> |
| <b>7.1.9. Proceso de cultivación y producción agrícola.....</b>                            | <b>31</b> |
| <b>7.1.10. El Impacto económico social, en la región .....</b>                             | <b>32</b> |
| <b>7.1.11. Influencia de la agricultura en la definición de la identidad de una región</b> | <b>32</b> |
| 7.2. Capítulo II – San Juan de Pasto Ciudad Tradicional.....                               | 34        |
| <b>7.2.1. La cultura del Pastuso .....</b>   | <b>34</b> |
| <b>7.2.2. Impacto socio económico en Pasto.....</b>  | <b>35</b> |
| <b>7.2.3. Perfil ambiental y urbanización.....</b>   | <b>36</b> |
| <b>7.2.4. Método de comercialización, aspectos tradicionales.....</b>                      | <b>36</b> |
| <b>7.2.5. Percepción de la agricultura en la zona urbana.....</b>                          | <b>37</b> |

|        |  |           |
|--------|--|-----------|
| 7.3.   | Capítulo III – Diseño de Servicios .....                                     | 37        |
| 7.3.1. | <b>Definición de diseño de servicios.....</b>                                | <b>39</b> |
| 7.3.2. | <b>Aplicación de metodologías para el diseño de servicios.....</b>           | <b>39</b> |
| 7.3.3. | <b>Mejoramiento del servicio .....</b>                                       | <b>40</b> |
| 7.3.4. | <b>Diseño de experiencias, campo creativo del diseño.....</b>                | <b>40</b> |
| 7.3.5. | <b>Comunicar valor a través del diseño de servicios .....</b>                | <b>41</b> |
| 7.3.6. | <b>Oportunidad para el diseño de servicios en el territorio .....</b>        | <b>42</b> |
| 8.     | Diseño metodológico, Metodología CONCIENCIAR .....                           | 42        |
| 8.1.   | <b>Grupos focales.....</b>   | <b>43</b> |
| 8.2.   | <b>Técnicas e instrumentos de recolección de información (Anexo 1) .....</b> | <b>44</b> |
| 8.3.   | <b>Enfoque.....</b>  | <b>44</b> |
| 8.4.   | <b>Método Etnográfico.....</b>   | <b>44</b> |
| 9.     | Proyecto Gráfico, Diseño de servicios.....                                   | 45        |
| 9.1.   | <b>Identificador visual.....</b>   | <b>48</b> |
| 9.2.   | <b>Programa de Señalética .....</b>  | <b>48</b> |
| 9.4.   | <b>Diseño de Guía de Cocina .....</b>  | <b>49</b> |
| 9.5.   | <b>Diseño de piezas gráficas .....</b>                                       | <b>50</b> |
| 1.     | Conclusiones de la investigación.....  | 51        |
| 2.     | Referencias.....   | 53        |
| 3.     | Anexos .....   | 57        |

## TABLA DE IMÁGENES

|                |  |    |
|----------------|--|----|
| Imagen 1:      | Corregimiento de Obonuco, Pasto Nariño .....     | 12 |
| Imagen 2:      | Correimiento de Cabrera, Pasto Nariño .....      | 13 |
| Imagen 3:      | Marco teórico del proyecto .....                 | 17 |
| Imagen 4:      | Agricultores.....                                | 18 |
| Imagen 5:      | Corregimiento de San Fernando, Pasto Nariño..... | 19 |
| Imagen 6:      | Mapa Colombia.....                               | 25 |
| Imagen 7:      | Mock Up guía de cocina .....                     | 50 |
| Anexo-Imagen 8 | Identidad corporativa “Sendero Rural” .....      | 57 |

## CONTENIDO DE TABLA

|  |    |
|--|----|
| Anexo-Tabla 1: Infograma de Stakeholders ..... | 59 |
| Tabla 2: Analogía de Stakeholders .....        | 60 |

## INTRODUCCIÓN

En el presente documento habla acerca del trabajo de los agricultores nariñenses y la percepción de los pastusos de la zona urbana de la ciudad de Pasto acerca de la agricultura, se plantea un proceso investigativo soportado en diferentes técnicas de recolección de datos que facilitan la descripción general de la problemática.

Además destaca el Agro como un bien social que posee la región de Nariño y San Juan de Pasto, además se considera un medio de fomento regional y local, la gran extensión rural de la ciudad, los recursos naturales, la riqueza cultural y tradicional de los diferentes sectores rurales con sus corregimientos y caracterizados por su variedad tanto cultural y nativa.

Plantea una descripción de las labores y procesos respectivos a la agricultura, dando prioridad al trabajo y manutención de un cultivo y todo lo que requiere trabajar en la agricultura.

De acuerdo a lo anterior se indagó en posibles soluciones desde el diseño, que aporten al reconocimiento del trabajo de los cultivadores; para ello se creó un diseño de servicios basado en el ofrecimiento de un recorrido con un itinerario donde intervienen actividades rurales, creando un medio de comunicación diferente que contribuya a generar reconocimiento al trabajo de los agricultores Pastusos, donde se les permite a los habitantes de la ciudad de Pasto estimular el conocimiento de los procesos agrícolas e interactuar en el contexto del campo. Generar también un impacto por medio de elementos gráficos y el diseño de servicios que se construye a partir de una experiencia que genere sentimientos y emociones en las personas, lo que lleva a cabo una experiencia memorable y cambie la percepción de los usuarios, igualmente que corrobore a crear un vínculo entre segmentos de poblaciones rurales y urbanas en la ciudad de Pasto para contribuir y cooperar en la importancia de la agricultura en nuestro entorno.

## 1. Planteamiento del problema

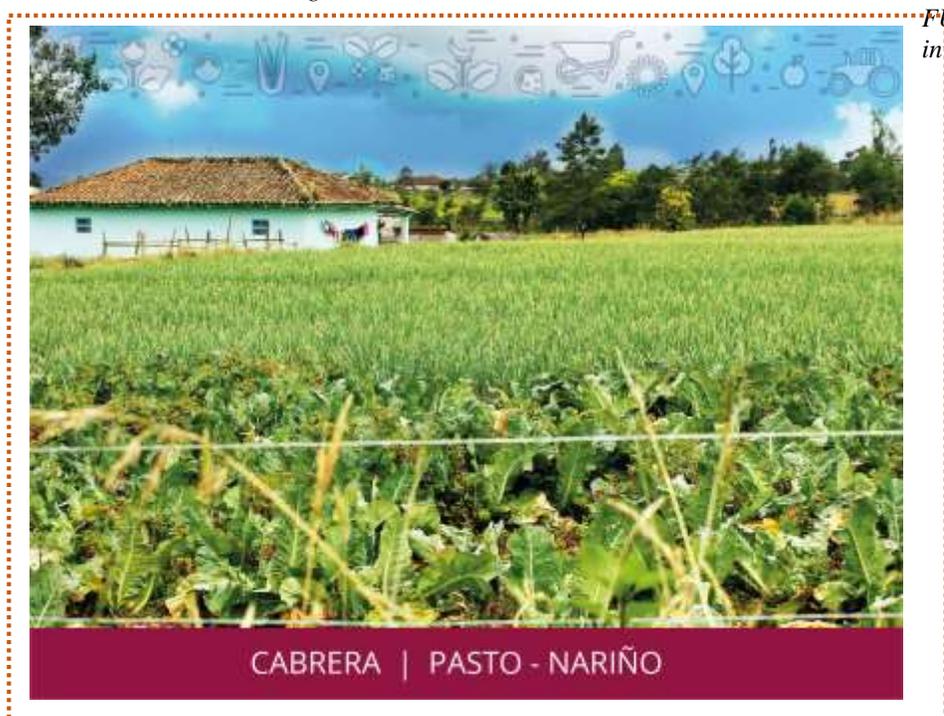
El trabajo que realizan los cultivadores en el proceso de los diferentes vegetales y hortalizas, hacen parte de la agricultura y se considera un aporte social, lastimosamente no es reconocido por los habitantes de la ciudad de Pasto y hay desconocimiento del trabajo que se hace para la obtención de productos vegetales. No se distingue la importancia de lo que la agricultura contribuye ya que esta provee a las personas de bienes naturales en forma de alimento; además las actividades agrícolas ayudan con el medio ambiente, en la conservación del suelo preservando la biodiversidad y procurando una gestión sostenible de los recursos naturales, aparte de que construyen el paisaje y aportan ventajas medioambientales. Este tipo de asuntos no son perceptibles, no hay comprensión de lo que implica trabajar en el campo y la importancia que hay en todos los procesos agrícolas.

*Imagen 1: Corregimiento de Obonuco, Pasto Nariño*



Como se mencionó con anterioridad la producción agrícola en Pasto abastece la ciudad constantemente, las personas que pertenecen a la zona urbana de la ciudad, son quienes consumen los alimentos pero no hay interés, ni conocen cómo se adquirió el producto ni que tanto implica para ello. No existe en la mayoría de la población urbana un tipo de relación con el campo; en la zona urbana de Pasto la agricultura es un tema muy aislado al estilo de vida que se posee en campo, por lo tanto no hay apropiación de los medios rurales, que se caracterizan por su riqueza natural, cultural, tradicional y fundamentalmente por la agricultura.

Imagen 2: Correimiento de Cabrera, Pasto Nariño



FUENTE: Esta investigación

## 2. Formulación del problema

¿Cómo se podría visibilizar el trabajo de los cultivadores pastusos a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Pasto?

## 3. Objetivos

### 3.1. General:

Crear un diseño de servicios para promover el Turismo Rural en las zonas rurales aledañas de la ciudad de Pasto (Obonuco, San Fernando, Cabrera) con el fin de visibilizar el trabajo de los agricultores pastusos.

### 3.2. Especifico

#### Investigativos

- Indagar sobre la importancia del Turismo Rural en el crecimiento de una región.
- Identificar las potencialidades desde lo rural de Obonuco, San Fernando Y Cabrera
- Conocer la percepción del pastuso sobre el trabajo del agricultor en las zonas urbana de la ciudad de Pasto.

## **Proyectuales**

- Proponer estrategias de diseño y Turismo Rural para los corregimientos.
- Evaluar prototipo de la estrategia.

### **4. Justificación**

La agricultura es considerada como una de las actividades económicas sociales principales para el ser humano. En la ciudad de Pasto esta actividad es realizada por muchas personas que trabajan constantemente en pro del bienestar de la ciudad y sus comodidades económicas; por lo tanto la agricultura es una parte fundamental del sector económico y es base importante para el crecimiento y avance de la ciudad ya que se producen alimentos agrícolas y se distribuye en el departamento de Nariño y en el País.

En la actualidad muchas personas se sustentan gracias a la agricultura y asimismo es una de las actividades económicas esenciales para el desarrollo económico y social de numerosas zonas rurales que tiene San Juan de Pasto.

En los habitantes de la ciudad, no hay conocimiento amplio de toda la labor que realizan los agricultores, solo se busca la manera de conseguir los alimentos pero no se percata de todo el trabajo que se realizó para poder cultivar el vegetal. Estos aspectos son necesarios conocerlos, para inculcar en los pastusos una cultura y conocimiento del producto que estamos consumiendo, también valorar este trabajo y pagar lo justo por un alimento vegetal.

De acuerdo a lo anterior el presente proyecto busca brindar los medios gráficos y experiencias vivenciales a los ciudadanos pastusos y darles a conocer los procesos agrícolas, logrando una forma diferente de comunicación e interacción. Gracias a esto se va a beneficiar en gran parte a los agricultores, como medio de fomento monetario y que su trabajo sea valorado, sea apoyado en instancias que intervengan y afecten al trabajo agrícola.

El Proceso del proyecto va tras el desarrollo cultural que busca el fomento de medios comunicativos que contribuyan a generar reconocimiento por parte de los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Pasto al trabajo arduo de los agricultores Pastusos. Esto permitirá la formación del sector cultural, estimulando el conocimiento de los ciudadanos en cuanto a estos procesos de cultivo. Generar impacto por medio de elementos gráficos, la aplicación de estrategias para generar una experiencia diferente en la creación de diseño de servicios, para promover el conocimiento, suplir la autoestima de los agricultores; reconocer la gran importancia que tienen los agricultores y su trabajo; desde el diseño lograr profundizar las maneras de representar y construir un buen servicio que interactúe entre agricultores, procesos de cultivación, contexto del campo entre otros y los ciudadanos urbanos de Pasto.

## 5. Marco referencial

| CATEGORÍAS                                      | SUB - CATEGORÍAS  | TEMAS  |
|---|---|--|
| <b>1. Turismo Rural</b>                         | 1.1. Ruralidad.<br>1.2. Desarrollo del Turismo Rural.<br>1.2.1. Actividades que comprende el Turismo Rural.<br>1.2.2. Turismo Rural en Colombia<br>1.2.3. Turismo Rural en Nariño.<br>1.3. Propuesta de valor de un Territorio.<br>1.3.1. Agricultura como actividad fomentadora.<br>1.3.2. experiencia productiva.<br>1.3.3. El Agricultor, como protagonista<br>1.3.4. Proceso de cultivación y producción agrícola.<br>1.3.5. Impacto económico social, en la región.<br>1.3.6. Influencia de la Agricultura en la definición identidad de una Región. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sector rural</li> <li>- Contexto Campo</li> <li>- Aspectos: culturales sociales, ambientales</li> <li>- Sentido de valor</li> <li>- Fuente sostenible</li> <li>- Trabajo Marginado</li> <li>- Labranza y productividad</li> <li>- Experiencia y tradición</li> <li>- Entorno social</li> <li>- Desarrollo económico</li> <li>- Concepción de Identidad</li> </ul> |
| <b>2. San Juan de Pasto, ciudad tradicional</b> | 2.1. La cultura del Pastuso.<br>2.2. Impacto Socio económico en Pasto.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Historia tradicional</li> <li>- Reseñas históricas</li> <li>- Dinámica económica</li> </ul>   |

|                                      |  |   |
|--------------------------------------|--|---|
|                                      | <p>2.3. Perfil ambiental y urbanización.</p> <p>2.4. Método de comercialización, aspectos tradicionales.</p> <p>2.5. Segmento público urbano.</p> <p>2.5.1. Percepción de la agricultura en la zona urbana.</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zona urbana y rural</li> <li>Pasto</li> <li>- Tradiciones</li> <li>trueques</li> <li>- Habitantes ciudad de pasto</li> </ul>   |
| <p><b>3. Diseño de Servicios</b></p> | <p>3.1. Concepto de servicios.</p> <p>3.2. Definición de diseño de servicios.</p> <p>3.3. Aplicación de metodologías para el diseño de servicios.</p> <p>3.3.1. Características del proceso de creación.</p> <p>3.3.2. Ayuda al mejoramiento del servicio.</p> <p>3.4. Diseño de experiencias, campo creativo del diseño.</p> <p>3.5. Comunicar valor a través de un servicio.</p> <p>3.5.1. Oportunidad para el diseño de servicios en el territorio.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos y definiciones.</li> <li>- Creación y diseño de servicio.</li> <li>- Estrategias de diseño.</li> <li>- Mejoramiento de la calidad del servicio.</li> <li>- Diseño de experiencia.</li> <li>- Creación de valor por medio del diseño de servicios.</li> <li>- Aprovechamiento del territorio para generar valor.</li> </ul> |

Imagen 3: Marco teórico del proyecto



FUENTE: De la investigación

## 6. Contextualización

Es importante resaltar que en el macro contexto se van exponer proyectos que incluyen a la agricultura como parte del fomento regional y su importancia para el crecimiento, que se han desarrollado dentro de planes de desarrollo local y regional, que potencializa el trabajo de los agricultores para hacer su labor más sustentable. En el caso del micro contexto destaca la gran extensión rural, recursos naturales y potencial agropecuario que posee la región.

### 6.1. Macro contexto

Para el fomento de actividades agrícolas se han llevado a cabo ciertos proyectos que benefician los insumos de los agricultores y la producción de cultivos; como en el caso de Guanajuato en el estado central de México con la incorporación del proyecto “Más Agro Móvil” en la agricultura es un buen método para llevar el conocimiento a aquellos que más lo necesitan, al convertirse en un servicio de mensajería móvil que proporciona información oportuna sobre condiciones meteorológicas y prácticas agrícolas. Otro caso que benefició a los agricultores con proyectos que buscan la comodidad alimenticia en los hogares es el Proyecto Piloto de Agricultura Urbana y Periurbana, Sistematización del Proyecto Piloto AUP en Honduras; este proyecto se implementó mediante dos componentes: producción y nutrición a través de capacitaciones, se instruyó a los participantes en las tecnologías apropiadas para la producción saludable de hortalizas, frutales y otros cultivos. Las capacitaciones incluían una serie de tecnologías para producir hortalizas en los hogares, de este modo el participante elegía la que más le convenía. Además se capacitó sobre la importancia de la producción, la dieta alimentaria y los requerimientos nutricionales de los

productos de la huerta para el consumo familiar a fin de crear condiciones adecuadas para la producción sana de alimentos en los hogares.

*Imagen 4: Agricultores*



*FUENTE: Esta investigación*

Latino América es un territorio caracterizado por sus condiciones agropecuarias, dichas condiciones se han potencializado por medio de alternativas económicas; uno de los incrementos en los ingresos para estos sectores es la utilización de los espacios agropecuarios y territorios de diversas comunidades y culturas, para desarrollar actividades de ocio y recreación como el proyecto de la ciudad de Barcelona con el Catalogo Latino Americano de Turismo Rural Comunitario, que ofrece a través de medios gráficos los lugares de Latinoamérica y de la mano de las comunidades rurales organizadas. Busca dar a conocer a América Latina a través de su gente; por medio del turismo rural comunitario, en América Latina cada vez son más las comunidades rurales que se han organizado para ofrecer al visitante la posibilidad de conocer sus paisajes y sus recursos naturales, sus diferentes expresiones culturales, sus formas de organización o actividades productivas tradicionales vinculadas a la agricultura, la ganadería, la pesca, la producción artesanal o la gestión de los bosques. Cooperativas, familias campesinas, comunidades de los pueblos originarios, grupos de mujeres e iniciativas comunitarias de todo tipo se han organizado de forma colectiva para complementar y diversificar sus ingresos ofreciendo nuevas actividades turísticas. A través de estas formas de organización las comunidades son las responsables y quienes deciden de forma soberana cómo se organiza la actividad turística en sus territorios.

La situación del agro en Colombia depende en gran medida de mejorar sus condiciones de competitividad y aprovechar las oportunidades; en el país solo se emplea 24% de sus 22 millones de hectáreas aptas para el desarrollo agrícola y agroindustrial. Si bien esto pone en evidencia un atraso frente al uso de tierras aptas por parte de otros países como Estados Unidos y la Unión Europea, también representa una oportunidad para que Colombia aproveche su potencial. Según la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), las exportaciones agrarias del país se han concentrado en café, flores y banano, con 61% de las

ventas. Estas secciones, sin duda, son importantes pero también resulta claro que Colombia podría aprovechar mejor su biodiversidad, su clima y su posición geográfica para expandir su portafolio y no depender de pocos sectores, además su desarrollo depende en gran medida de la infraestructura y hoy son millones los colombianos que todos los días se levantan a trabajar en las áreas rurales y de las cuales no solo depende el sustento de la población sino gran parte de la economía nacional. Esa es una razón poderosa para ver que en el campo hay mucho por aprovechar y que su desarrollo no puede ser abordado como un tema de caridad sino de desarrollo y seguridad para el país.

*Imagen 5: Corregimiento de San Fernando, Pasto Nariño*



## 6.2. Micro contexto

La agricultura en el departamento de Nariño se encuentra dentro de plan de desarrollo, que tiene el propósito de impulsar el crecimiento del departamento a partir de sus potencialidades agroecológicas y de enfoque territorial, que beneficie los productores rurales y a las actividades que intervienen en los procesos agrícolas para lograr un uso potencial del suelo con vocación agropecuaria de manera sostenible, teniendo en cuenta la fragilidad de los ecosistemas y la conservación de los recursos naturales que posee el departamento.

La capital de Nariño, San Juan de Pasto cuenta con 417.484 (DANE 2005) habitantes contando con 343.939 en el área aledaña del sector rural de la ciudad de Pasto.

La agricultura es una parte fundamental del sector económico primario y es una base importante para el crecimiento y avance de la ciudad de Pasto. El trabajo realizado por los agricultores de Nariño abastece muchas familias habitantes de la ciudad, al igual que hay una distribución de alimentos para el país.

En la actualidad muchas personas se sustentan gracias a la agricultura; y este trabajo se desarrolla en los sectores rurales de la ciudad, el área rural está compuesta por 17 corregimientos, Pasto, A. d. (s.f.). entre ellos Buesaquillo, Cabrera, Catambuco, El Encano, El Socorro, Genoy, Gualmatán, Jamondino, Jongovito, La Caldera, La Laguna, Mapachico,

Mocondino, Morasurco, Obonuco, San Fernando y Santa Bárbara; dichas veredas pertenecen a la ciudad de Pasto, que se encuentra en un valle interandino a una altitud de 2.527 msnm y se ubica al pie del Volcán Galeras, la nubosidad es bastante alta. La precipitación varía en todo el municipio, perteneciente a la Región Andina y media en el Lago Guamuez y conectada con la Región Amazónica. En esta zona la producción agrícola es de subsistencia, a lo largo de las tierras que conforman el altiplano andino, con características favorables en cuanto a suelos con las diferentes técnicas y métodos de fertilización y cultivo de los principales productos vegetales que se dan en el municipio, como: el maíz, la arveja, la haba y las hortalizas y la producción de la papa, siendo el área de mayor potencial de sembrado. Estos Procesos desarrollados por estas personas, vienen dados por un manejo de suelos, para la producción de tierras se es necesario un terreno fértil, la estabilidad climática, implantación de semillas, cuidado riguroso del cultivo, un sistema de riego, mantenimiento y aplicación de productos químicos para una cosecha productiva; desde el ámbito económico no solo trata de un crecimiento monetario, lo cual es necesario para la generación y mantenimiento del empleo y producción de la tierra, sino que existe un firme compromiso por parte de los agricultores para que este crecimiento sea generoso con nuestro entorno, así como con su capital.

La ciudad de Pasto posee una gran área extensa de ruralidad con sus corregimientos y cada corregimiento con sus veredas caracterizadas por su variedad cultural y por la conservación de recursos naturales y riquezas nativas.

## **7. Capítulo I – Turismo Rural**

En este capítulo se expondrá algunas fuentes de actividades económicas para la agricultura en Pasto, el turismo rural y su desarrollo, así mismo se da a conocer el término de Ruralidad.

Inicialmente se hará una contextualización del concepto de turismo rural y las actividades que comprende; también se hablará de la historia que ha tenido en Colombia y en Nariño; al igual que propuestas de valor de un territorio y el acoplo de la agricultura como fuente para estas propuestas, hablará acerca del protagonismo que tienen el agricultor por su experiencia productiva. Plantea un concepto general de los procesos agrícolas y el impacto económico y social que genera, también menciona la influencia que tiene la Agricultura en la identidad de una región.

Hoy en día la cantidad de tendencias que se vienen dando se adecuan a la necesidad que presenta algún grupo determinado de usuarios, corroborando a la solución de cualquier tipo de problemas que haya. Así lo es el Turismo Rural, una tendencia que se proyecta en zonas rurales y agrícolas. Cumbizara, Juliana. (2012) define el turismo rural como:

El TR como un tipo de turismo que tiene como propósito el mejoramiento del estado de desarrollo de una población rural; a través del uso de la cultura rural local, los paisajes propios del medio y las actividades cotidianas; para la consolidación

de productos turísticos que satisfagan los deseos y necesidades de la demanda turística de conocer y vivir la experiencia rural. (p.57)

Según lo anterior el turismo se dispone para un servicio que fomenta el desarrollo económico y brinda beneficios para generar estrategias promotoras para el progreso. Podría considerarse que el Turismo Rural es un movimiento temporal para las personas, por determinados períodos de tiempo, a diferentes destinos rurales, fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades que comprende durante la estancia y las facilidades son creadas para satisfacer las necesidades de los turistas. Cumbizara (2012) “Si bien todas las definiciones estudiadas no hacen explícita la vinculación de éstas actividades al producto turístico rural, no hay que perder de vista que estas hacen parte del atractivo y la funcionalidad de éstos territorios.” (p.63)

Lo anterior describe a este servicio en varios aspectos, una como parte funcional donde incorpora los recursos que son necesarios para que esta estrategia sea viable y dos que a partir del turismo se logra satisfacer algunas condiciones o necesidades de los visitantes, con un sistema que no solo involucra viajes, sino también la estancia temporal de personas fuera de su residencia por una o más incluyendo también actividades extras ofrecidas por el espacio que son parte del atractivo turístico. Al respecto del término rural los siguientes autores lo especifican diciendo: Sepúlveda, Rodríguez, Echeverri, & Portilla (2003) “Lo rural se entiende más allá de lo agrícola. Para esta escuela, un elemento fundamental que caracteriza y diferencia los territorios rurales de los urbanos, es su dependencia de la base de recursos naturales.” (p.77).

El aprovechamiento de las zonas rurales de nuestra región, se hace por medio de la utilización de espacios que poseen riquezas naturales, donde se esté generando una constante evolución agrícola, al igual que comprenda actividades forestales, pesqueras en algunos casos, agroindustriales entre otras; las zonas agrarias y todo lo que abarca en el ámbito rural es reconocido como un recurso natural donde se trabaja principalmente la tierra en cuanto a cultivos, como principal componente para la producción. Así lo manifiesta El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa: Cumbizara (2012) “Estas actividades, cuya base es la producción agrícola, pecuaria, silvícola y la pesca, dan como resultado una serie de dinámicas sociales, económicas, políticas y ambientales, que le confieren una identidad particular y son reconocidas por la sociedad en general como propias de lo rural.” (p.52)

Lo dicho anteriormente, justifica el papel que posee la agricultura en el sector rural y como estos atributos naturales pueden ser un atractivo agradable para los turistas, quienes desean un atrayente diferente y buscan nuevos espacios en el mundo rural, los cuales están determinados en gran parte por la imagen que posee además del arraigo propio de la región la cual se fundamenta en la preservación de estos rasgos tradicionales.

De acuerdo a lo anterior y la perspectiva que maneja el diario de campo pude definir que entre las estrategias de Turismo Rural y las zonas rurales a intervenir, se puede acoplar un elemento fundamental para cumplir con el objetivo del proyecto, la cual consiste en promover el Turismo Rural y que este sea un medio de unión entre comunidades, que incluyen la comunidad rural en las zonas aledañas de la ciudad y la población urbana de Pasto.

### **7.1.1. Terminología Ruralidad**

Es importante reconocer el término de ruralidad, debido que abarca conceptos limitados que definen lo rural como la intervención de trabajos del campo y también labores agrícolas, pero que se distancia del concepto de sector agrario ya que en este se produce constantemente y en gran cantidad. El concepto de rural está relacionado a la vida y actividad que se desarrolla en la agricultura, una estructura social el cual es rico en tradiciones, costumbres y culturas que plantean una identidad apropiada al territorio, además estos espacios naturales son sustento económico para muchos ya que las áreas rurales han comenzado a cumplir nuevas funciones sociales, distintas a las conocidas tradicionalmente como la producción y provisión de alimentos.

La nueva visión de lo rural no va de lo atrasado a lo moderno, de lo rural a lo urbano, de lo agrícola a lo industrial. Hay más bien un buen número de características que muestran la multidireccionalidad del proceso, sobre las cuales hay múltiples evidencias, en diferentes países, con distintos grados de desarrollo. (Pérez, 2001, p.22)

Lo anterior define el término rural como fuente de ingresos económicos, pues implican trabajos de labranza y cultivo, por lo tanto intervienen procesos de comercialización de pequeñas producciones, junto a la intervención de entidades con las que se relacionan para el aprovechamiento de los recursos naturales y las actividades que se realizan en la zona rural; estos espacios poseen riquezas naturales que incluyen diversas maneras de empleo y los usos de la tierra que comprende la producción de alimentos agrícolas, al igual que aporta en el bello paisaje.

De acuerdo a lo anterior con el análisis del término rural, se plantea una nueva visión que abarcan aspectos esenciales de cada zona rural, para una nueva proyección y desarrollo en pro del campo que vaya evolucionando y mejore la calidad de vida de las comunidades campesinas de estos sectores rurales. Pérez, Edelmira. (2001) recalca también que: “Es también muy importante la contribución de lo rural al desarrollo sostenible, al empleo, a la reducción de la pobreza, y por tanto al crecimiento económico. (p.22)

### **7.1.2. Actividades que comprende el Turismo Rural**

La secretaria de turismo Sectur ubicada en México reconoce como actividad que hace parte del turismo rural a los viajes y todos los procedimientos que se hagan en dicho espacio. “Turismo rural. Los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”. (p.9)

Dichas actividades se desarrollan en espacios rurales, que poseen medios adecuados para su realización; entre las más reconocidas y practicadas para este segmento son:

- a) Etnoturismo
- b) Eco-arqueología
- c) Agroturismo
- d) Preparación y uso de medicina tradicional
- e) Talleres Gastronómicos
- f) Talleres Artesanales
- g) Vivencias Místicas
- h) Fotografía Rural
- i) Aprendizaje de Dialectos

En el diario de campo se puede definir que podemos entablar un vínculo entre comunidades y formar una comunicación basada en enseñanza de las actividades agrícolas que se manejan en la zona, entre ellas el itinerario que tienen los obreros y agricultores, la rutina de agricultura que emplean según el cultivo; actividades tradicionales, el fomento de la agricultura, el reconocimiento de este trabajo, entre otras.

Para López G. y Palomino B. (2008) el turismo alternativo es tomado en cuenta como parte de la estrategia de desarrollo regional y de expansión empresarial en el mundo no sólo por su acelerado crecimiento en el mercado, sino porque puede darle valor agregado a los destinos tradicionales. (p.37)

También considero que este vínculo y relación no solo es entre comunidades de la ciudad y del campo, sino también entre segmentos de ciudadanos urbanos y el campo, la naturaleza, el ambiente. Dichas relaciones pueden atribuirse en diferentes actividades que se desarrollan dentro del Turismo Rural, estas prácticas se deben realizar en espacios rurales que sean adecuados para su realización; es por eso que la utilización de estos lugares, que poseen riquezas naturales y donde se generan procesos agrícolas, actividades forestales, zonas de pesca, entre otras; pueden incluir el agroturismo, etnoturismo, talleres gastronómicos, experiencias místicas, aprendizaje de dialectos, que nos ofrecen esta variedad de sectores rurales d Pasto.

### **7.1.3. Turismo Rural en Colombia**

La incorporación de esta estrategia sostenible para una región, se ve reflejada en el desarrollo económico que es sustento de muchas personas; distinguiéndose como una de las actividades dentro de los espacios rurales y urbanos:

Este cambio estructural en la población colombiana ha estado ligado a modificaciones en la estructura económica y social, y al imperio de relaciones de poder que han determinado el curso de la acción del Estado en lo político, especialmente durante la segunda mitad del presente siglo. (Pérez, 2001, p.26)

Colombia, que es un país rico en diversidad de culturas, tradiciones, geografías, climas, variedad de alimentos agrícolas, entre otros es un buen potencial para esta actividad: Esta estrategia ha sido incluida en una zona campestre de la ciudad de Manizales, donde se encuentra el parque de la Fruta, que cuenta con espacios que son riquezas naturales y que tiene el privilegio de poseer estos atractivos turísticos:

Los climas templados se convierten en un remolino de colores cuando de frutas se trata. A este país de riqueza por explotar en ese sentido le hacía falta un lugar así. Manizales tiene el privilegio de poseer entre sus atractivos turísticos el Parque de la Fruta. (López, 2012)

Para el ofrecimiento de este servicio, se plantean varios aspectos que se desarrollen a partir de una metodología de diseño de servicios, donde haya un protocolo de atención a los turistas rurales que se base en un sistema y proceso que apunte a proveer un servicio al usuario. Estos procesos deben satisfacer las expectativas del usuario, en este caso el turista, generando valor, ofreciéndole una solución diferente, innovadora que proporcione complacencia en el usuario.

La implementación de las estrategias que posee el Turismo Rural en el sector agrícola del municipio de Pasto y en las zonas rurales aledañas a la ciudad, fomentarían el sustento monetario para los agricultores, quienes tienen la capacidad de ofrecer estos espacios para crear y diseñar un ambiente más exclusivo en el campo y de alguna manera ofrecer este servicio en pro del fomento económico y el reconocimiento de su trabajo como agricultor.

Un ejemplo de lo anterior se ve en lugares como el parque Nacional de la Cultura del Café y el parque Nacional de la cultura Agropecuaria, estos espacios se respaldan con algunos potenciales en los sectores rurales, como lo son las fincas las cuales con su infraestructura poseen una belleza que caracteriza al departamento del Quindío.

El Parque Nacional de la Cultura del Café y el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria, ambos liderados por la Fundación para el Desarrollo del Quindío. Otro parque existente en este país pero con un enfoque al cultivo es la Fundación Parque del Café, localizado en el municipio de Montenegro. De ahí que el eje cafetero sea el que concentra la mayoría del total del turismo rural, turismo agrario y recreativo. (Mora, 2013, p.51)

Imagen 6: Mapa Colombia



FUENTE: Esta investigación

#### **7.1.4. Turismo Rural en Nariño**

A través de la historia, en Nariño se han tomado en cuenta muchas alternativas que van tras el progreso y desarrollo del departamento. Una de ellas es el Turismo, que ha sido un buen exponente para el reconocimiento y valoración de este territorio, en dicho procedimiento turístico se han aprovechado muchos lugares atractivos para los turistas, además de realizar distintas actividades como un factor adicional atrayente las cuales han generado buenos resultados, consiguiendo que los espacios y lugares de la región adquieran un reconocimiento. De esta manera se admite que la riqueza de las culturas, la belleza de los paisajes, las tradiciones, la gastronomía, son parte de un patrimonio que identifica a Nariño y que además estas logran de alguna manera encantar a las personas.

#### **7.1.5. Turismo Rural , una propuesta de valor de un territorio**

Considerando que la zona rural es un sector que cuenta con potencialidades que pueden ser beneficiosas para las personas que integran el área rural y urbana de una región, exponiendo el significado del valor que posee no solo el territorio si no también la cultura, la identidad y patrimonio; personas que gozan de un ambiente con sus propios recursos naturales y quienes son medios de productividad y economía; las actividades desarrolladas,

los procesos naturales y culturales que le dan sentido a un territorio y a su comunidad son aspectos que se consideran una labor de identidad, estas formas y vínculos van más allá de un concepto teórico o un significado económico; representan los sentimientos propios a una jornada de trabajo del día a día, esta representación se estima como un valor agregado al reconocimiento de una región.

En una perspectiva integrada, las localidades conforman redes que se hacen cargo de estrategias público privadas para consolidar sus propias dinámicas identitarias, en sus lógicas y contenidos económicos, culturales y medioambientales. (Mollenhaver y Hormanzabal, p.72)

Lo descrito anteriormente presenta que el reconocimiento de un territorio se puede brindar con el aprovechamiento de las riquezas que posee el lugar, la muestra de la cultura por medio de los eventos organizados por cada sector; es decir por medio de estrategias dinámicas donde se permita fortalecer y mostrar la personalidad del lugar. Esta perspectiva generalmente no es apreciada por las comunidades, porque observan el patrimonio desde una perspectiva económica, donde la mercancía es cualquier producto destinado a un uso comercial; al hablar de mercancía generalmente se hace énfasis en productos básicos; por lo tanto no se percibe a la identidad como un valor agregado.

A partir de la aplicación de las técnicas para la recolección de datos, pude determinar que se logra una interacción entre contextos rurales y urbanos donde se puede transmitir el valor que posee la agricultura, la valoración que posee este trabajo, la labor ardua que realizan estas personas y lo que ellas consideran que es un oficio un trabajo que se ama, y lo hacen con amor. Teniendo en cuenta que las zonas rurales son sectores que poseen potencialidades que pueden ser beneficiosas para los grupos de personas que hacen parte del área rural y urbana.

#### **7.1.6. Turismo La agricultura como actividad fomentadora de una región**

Este trabajo se centra en aspectos culturales y sociales, es fundamental entender la definición que se les atribuye a los sembradores en el contexto. Para empezar, este problema se origina en la falta de cultura, al igual por la falta de interés para este tipo de actividades que se caracterizan como una acción fomentadora en nuestra región. Hay que reconocer el papel que cumple la agricultura y su impacto económico y social, así mismo el trabajo y esfuerzo que los agricultores realizan; como suscita en un artículo de las naciones unidas sobre un análisis del mismo tema, sostiene que:

“Los pequeños agricultores son actores clave en la búsqueda de un modelo de desarrollo agrícola más incluyente y sostenible desde un punto de vista social y ambiental. Su mero número hace que los pequeños agricultores merezcan una atención específica si a lo que

se aspira es a no dejar a nadie en el camino, en los esfuerzos que van a desplegarse para lograr los futuros objetivos de desarrollo sostenible.” (UNCTAD, 2015. P.1)

De acuerdo a lo anterior este análisis incluye al agricultor como la fuente principal para la labranza del suelo, su mantenimiento y la producción de cualquier alimento agrícola, dependiendo de su trabajo, esfuerzo, dedicación y entrega, la eficiencia de un cultivo y la potencialización de un buen producto agrícola; quien aporta generosamente al sostenimiento del mismo; contribuyen a ambientes óptimos para el futuro, estas actuaciones manifiestan al agricultor como protagonista de un entorno más estable.

Según los datos que se obtuve del trabajo de campo vemos que las fuentes del sector rural son parte fundamental, donde se puede exponer el significado del valor que tiene no solo el territorio sino también la cultura y las personas en el fomento de la identidad; con su potencial agrícola, quien determina la influencia de la agricultura como definición de identidad, agregando que en Pasto se construye un país desde lo local y que no solo aporta en la construcción del bien común, sino también a la conservación de un ambiente agradable. Las actividades le dan sentido a un territorio y su comunidad, estas formas y vínculos van más allá de un concepto teórico o un significado económico, y representan los sentimientos propios a la jornada de trabajo.

Un trabajo que lleva su proceso riguroso para la cultivación de los alimentos; los agricultores, por medio del dominio de las técnicas de cultivo del suelo, manejan diferentes métodos para la obtención de vegetales y se encuentran con la capacidad de proveer regularmente la central de abastos, tal proceso también aporta al bienestar de los seres humanos.

Así, se ha convertido en herramienta indispensable para el desarrollo; pues son los medios más eficaces para la reducción de la pobreza en estas áreas, siendo una fuente principal de alimentos y de empleo para la población de las mismas. Ya que atribuye en el avance de la región, fomenta el desarrollo social de numerosas zonas rurales que tiene San Juan de Pasto.

#### **7.1.7. Experiencia productiva**

Teniendo en cuenta que Nariño goza de sectores agrícolas que son importantes para la producción de alimentos vegetales y frutales, sumando los procesos en las actividades agrícolas y la optimización del suelo para la producción de los mismos productos, es importante esta infraestructura rural para fomentar estos procesos; así como indica el artículo de desarrollo y comercio de las Naciones Unidas, donde resalta el campo de cultivación como un insumo potencial para actividades de la agricultura y que los pequeños agricultores tienen la capacidad de hacer fuentes sostenibles las pequeñas explotaciones de la tierra para beneficio estable.

Es fundamental, entonces, que los pequeños agricultores estén organizados para que, además de producir, administrar y comercializar eficientemente, también fortalezcan su poder político y reivindiquen que el Estado y los proveedores hagan lo mínimo que podrían y deberían hacer en pro del desarrollo agropecuario. (Lackey, 1995, p.63)

Para la cultivación de la tierra y el proceso riguroso de cualquier actividad agrícola se requieren aspectos fundamentales para sacar una buena cosecha, esto proyecta las principales actividades económicas de la región y la producción agropecuaria. Teniendo en cuenta este aspecto, muchas compañías se han preocupado por el desarrollo sostenible de un ambiente, ellas promueven la seguridad alimentaria en diferentes regiones del país. Una de tantas compañías es Syngenta la cual presentó los resultados obtenidos en su plan para alimentación sostenible; Según el Documento Técnico de la situación en Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN), y la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia (2010). Logrando determinar la influencia de inseguridad alimentaria en los hogares colombianos. Identificando que la mayoría de personas en el país cuenta con los recursos suficientes para acceder a alimentos que les provee un abastecimiento adecuado y les proporcionen una vida saludable. A través de este plan la compañía busca incrementar la seguridad alimentaria en los países donde tiene operación.

Syngenta logró impactar positivamente 64.000 mil hectáreas en departamentos como: Antioquia, Bolívar, Cauca y Valle del Cauca mediante el programa EcoAguas, enfocado en la conservación de recurso hídrico y la biodiversidad. (Syngenta, 2016)

El logro obtenido por el plan arroja resultados favorables para generar más alimento y disminuir los desperdicios, tener más eficiencia en los cultivos, producir más biodiversidad mejorando la fertilidad del suelo y reducir la degradación para la conservación ambiental; Además el plan incluye el fortalecimiento de los sectores agropecuarios y sus pequeños productores con capacitaciones y asistencia técnica; también la recuperación de más tierras para cultivos y junto al manejo seguro de productos enfocados en la reparación de suelos que han podido beneficiar a más agricultores del país.

### **7.1.8. El agricultor, como protagonista**

Incluyendo el amplio rango de productos que se cosecha en la región, que comprenden productos de gran valor como las verduras, frutas y cultivos para comercio, el artículo agrega: “Algunos pequeños agricultores sí producen para mercados internacionales muy integrados de cultivos tradicionales como el cacao, el café, y productos como las verduras, las frutas y las flores.” (UNCTAD, 2015. P.9)

Así mismo esta labranza, teniendo en cuenta la viabilidad en el comercio de la agricultura, donde genera la posibilidad de empleo en el campo y zonas rurales; el trabajo es segregado y no se le atribuye la importancia adecuada así lo dispone la junta de comercio y desarrollo y el papel de los pequeños agricultores en la producción y el comercio sostenibles de los productos básicos:

Sin embargo y pese a su importante contribución, los pequeños agricultores han sido víctimas de un descuido benigno por parte de los encargados de la formulación de las políticas y la comunidad internacional. A ello se debe el elevado porcentaje de pequeños agricultores en el mundo en desarrollo que siguen siendo pobres. (UNCTAD, 2015, P.2)

Con lo dicho anteriormente y evaluando situaciones que envuelven factores de riesgo y pérdida para los agricultores que no dependen de sus capacidades como agricultores ya que al operar un cultivo se exponen radicalmente a cambios climáticos, sequías, enfermedades en los cultivos, entre otros aspectos que afectan desafortunadamente a sus medios de vida e ingresos económicos.

En las técnicas aplicadas para los agricultores, de las entrevistas estructuradas se obtuvo un resultado favorable en cuanto al protagonismo de los agricultores por medio de su trabajo, que aporta constantemente al bienestar de la región, ya que consideran que su labor en la agricultura es de gran importancia al alimentar gran parte de un sector desde una producción primaria, buscando obtener ingresos que permitan mantener un nivel de vida integral, basados en poseer una calidad de vida, techo, alimentación, estudio e integración familiar.

Para la ejecución de los procesos agrícolas es importante reconocer en los cultivadores nariñenses la manera de producción en cuanto a nivel de experiencia y tradición. La agricultura tradicional comprende un sistema de producción que se basa en conocimientos y prácticas indígenas, que han sido desarrollados a través de muchas generaciones y estos procesos han logrado trascender en el tiempo; Las características que determinaban las facultades de percepción intuitivas de los pueblos antiguos se fueron perdiendo y los conocimientos sobre el funcionamiento de la Naturaleza obtenidos gracias a ellos, tuvieron que mantenerse mediante las tradiciones.

En las diferentes etapas de los cultivos agropecuarios se encuentra la fertilización del suelo, para potenciar el desarrollo, las plantas necesitan nutrientes que componen sus tejidos y participan en sus funciones biológicas; Como lo describe un ingeniero agrónomo que menciona un punto importante en la etapa de fertilización de los cultivos de clima frío, en un manual de fertilización de la Universidad Nacional de Colombia, Monomeros:

En Nariño, la estabilidad estructural de los suelos está muy asociada con los contenidos de arenas y de alófana. La mayoría de los suelos son no plásticos o ligeramente plásticos.

Porosidad y permeabilidad altas. La retención de humedad, de baja a media, está muy influenciada por el contenido de materia orgánica. (Guerrero, 1998, p.9)

El valor que tiene el suelo no solo es para las actividades propias del campo, sino para la existencia de los seres humanos y en consecuencia tiene relación con los afanes y propósitos de las personas y con el desarrollo de la sociedad del presente y del futuro, que muestra cómo la historia registra el avance de la sociedad cuando la misma conserva sus suelos, que éstos son el resultado de un largo trabajo de la naturaleza que ofrece un cuerpo natural que presta variados servicios que, a su vez, repercuten en la salud de los seres humanos. El libro “El suelo, un bien social” suscita la importancia del suelo como un bien social.

El suelo constituye un punto de encuentro en el planeta, que hace posible que se crucen los ciclos de la vida agua, oxígeno, nitrógeno, fósforo, azufre, etc. y permite que los seres humanos puedan disponer de alimentos, de abrigo, de espacio y hábitat para soñar y realizarse como personas, y de tantos otros elementos indispensables para su existencia. (Insuasty y Burbano, 2013, p.8)

De acuerdo a lo anterior, relacionando los términos suelo y sociedad, hay algo que limita la valoración y conservación del suelo, es que la sociedad se siente menos interesada por la degradación de suelos que por el agotamiento de los otros recursos naturales.

Hoy a la degradación creciente de los suelos, hecho que indica entonces, que el asunto escapa del ámbito importante pero limitado de la ciencia del suelo, porque finalmente como muchas situaciones, la del suelo termina siendo un problema social que demanda la presencia e intervención de profesionales de esta orilla de la ciencia. (Insuasty y Burbano, 2013, p.10)

El suelo no es un bien que se consuma directamente, pero causa un gran impacto ambiental en las formas de explotación que hacen que sea insostenible su permanencia y conllevan a casos de degradación extrema, donde se estima una pérdida irreparable; además de que se intensifican las alteraciones de los procesos ecológicos e hidrológicos. Por ello, los seres humanos logran destruir en muy poco tiempo, un recurso que le ha costado a la naturaleza mucho tiempo para formarlo.

Por medio del trabajo de campo realizado logre determinar un alto grado de conocimiento para el manejo de cultivos la manera de reaccionar en caso de dificultades que poseen en el mantenimiento de un cultivo, quienes describen el tipo de riesgo que se enfrentan tras problemas climáticos, malezas, ataque de hongos, Ect. El grado de conocimiento va en compañía de un estudio avanzado y profesional, algunos de los cultivadores buscan un asesoramiento por parte de ingenieros agrónomos, para hacer de su

cultivo una mejor producción, con ello la recomendación de la cantidad de productos químicos para aplicar.

### **7.1.9. Proceso de cultivación y producción agrícola**

Es fundamental reconocer los procesos que la agricultura rige y de quien depende un desarrollo sostenible y económico para la región, además de que influye el potencial agrícola en el departamento, con la producción de los diferentes vegetales y frutas que se dan en el sector. Cada cultivo tiene un proceso diferente, según el caso, reconocer las condiciones climáticas, la zona donde se encuentra ubicado el cultivo, el medio ambiente, condiciones de agua, terrenos fértiles, entre otros.

Un ejemplo de ello es que para la producción de frutas en el Departamento de Nariño, Es importante tener conciencia sobre el manejo de los recursos del suelo y agua, del perfil del suelo, para su conservación y la intensidad de la labranza, que tiene relación con el desarrollo del cultivo así mismo su nivel de productividad, la dinámica de la población de malezas y el comportamiento de plagas del suelo; todos estos aspectos se consideran viables para la cultivación frutícola. Otro aspecto importante de este ciclo está relacionado con los sistemas de siembra para la obtención de los alimentos, junto a un mantenimiento adecuado.

Tafur, et al, (2006) “En Nariño se presenta una curva positiva en el número de productores dedica-dos al cultivo de frutales, lo que refleja la dinámica creciente de la actividad y la vinculación de una población cada vez mayor en los procesos productivos. (p, 28) Actualmente se ha venido incrementando la siembra directa que es una siembra sin labranza, que facilita la práctica estratégica para conservar el suelo y por ende la reducción de costos, esta técnica se ve favorecida con el uso de variedad de productos químicos resistentes o que toleran los herbicidas. Así lo abarca el Plan Frutícola Nacional, de desarrollo de la fruticultura en Nariño

Según lo anterior en casi todos los cultivos, el periodo de formación de las estructuras de los frutos es crítico, en términos de requerimientos nutricionales, agua y protección sana. Todo cultivo es de especial cuidado, pues depende en parte el nivel de producción. El cuidado de estas estructuras agrícolas exige de un riguroso seguimiento para tomar oportunamente medidas adecuadas con el fin de evitar fenómenos de pérdida de alimentos, que es provocado por plagas, patógenos y estrés hídrico; es por eso el buen manejo y uso del suelo; también el manejo del agua para el riego, se requiere de un aprovechamiento óptimo, considerando su escasez en algunas zonas. Hoy en día, con la implementación de diversas tecnologías y mediante la creación de los sistemas de riego y de almacenamiento posibilitan el uso efectivo del líquido no solo para asegurar la producción de calidad, sino también para el consumo, tanto a nivel de pequeños como de grandes productores.

En el sector rural de Nariño la superficie está compuesta por predios menores de 10 hectáreas, característica social de las pequeñas explotaciones agrícolas como situación predominante en la zona andina, como lo describe el Plan Frutícola Nacional, de desarrollo de la fruticultura en Nariño. Tafur, et al. (2006) El Estudio General de Suelos y Zonificación de Tierras de Nariño, IGAC 2004, describe pero no cuantifica, áreas por clase, asociación o serie, por lo cual se hace más difícil precisar áreas en detalle. (p, 14)

A partir de las entrevistas realizadas en algunos agricultores de las zonas rurales de la ciudad de Pasto, la experiencia productiva de los cultivadores es un aspecto de enseñanza, donde se le puede dar el protagonismo, ya que su conocimiento y práctica en actividades del campo las desarrollan por medio de procesos y cada cultivo tiene una labor diferente.

#### **7.1.10. El Impacto económico social, en la región**

El impacto que genera la agricultura a nivel regional es relevante, ya que aporta una variable en el desarrollo económico, fomenta el trabajo y desarrollo rural, suministra gran parte de alimentos para la ciudad, y para el país. Así define el informe del Ministerio de Agricultura:

La construcción de los insumos necesarios para una política agropecuaria y de desarrollo rural con enfoque territorial, así como el desarrollo de la competitividad del sector. Proyectos que apunten al mejoramiento de la competitividad de la producción agropecuaria en los departamentos y municipios del país. (Lizarral, 2014, p.3)

De acuerdo a lo anterior, el aporte de desarrollo económico y social por parte de la agricultura se incrementa a una gran extensión rural, extender los proyectos de negocio, para así proyectar sus sistemas agrícolas implementados en el sector rural de Pasto.

Con la aplicación de las técnicas de recolección de datos del diario de campo se comprende que el impacto económico y social que la agricultura fomenta, se ve en el abastecimiento del mercado, la parte comercial de los productos agrícolas dados en la zona, fomenta el trabajo y desarrollo rural de la región

#### **7.1.11. Influencia de la agricultura en la definición de la identidad de una región**

La identidad de una región se basa en las características que definen a un territorio, por su gran variedad cultural, riquezas nativas, recursos naturales, entre otros. Cabe destacar las cualidades desde la perspectiva agrícola de cada sector rural, el emprendimiento de los segmentos públicos, como en el caso de la sistematización del programa Joven Rural:

Para la identificación de cambios significativos y tempranos en los jóvenes, principalmente en su ámbito familiar y comunitario, gracias a las tres estrategias que

vienen impulsando: Emprendimientos productivos, Formación para el proyecto de vida, Red Nacional de Jóvenes Rurales. (MADR, 2015, p.3)

Según este informe del programa Joven Rural, es significativo, como la agricultura trasciende en el tiempo y se ve reflejado en los diferentes segmentos de público de jóvenes atraídos por las actividades agropecuarias; en nuestra región se le atribuye un papel importante al concepto de identidad de nuestro entorno social, que impulsan a seguir fomentando el desarrollo y crecimiento de la agricultura en los sectores agrícolas de la zona rural en Pasto. El programa que integra al joven en la producción agrícola, atribuye un mejor reconocimiento y fomenta en los jóvenes este principio de proyectar áreas de cultivos implementando estrategias para la ejecución de vegetales y comprenden una serie de aspectos agropecuarios útiles en procesos de producción, así lo describe el informe del programa del joven rural:

Más hombres que mujeres están trabajando en actividades agroindustriales o servicios agropecuarios; a la vez, más mujeres están ocupadas de actividades comerciales y de servicios ambientales, esto puede estar asociado a que sus niveles de escolaridad son mayores y en esa medida tienen más información y se interesan por explorar otras actividades productivas distintas a las agropecuarias. (MADR, 2015, p.15)

Para la incrementación de este potencial agrícola, y en preservación de este bien social, como manifiestan en las historias de Cooperación de la APC – Colombia, En Nariño se cultiva cultura e identidad.

“El que no conoce, no ama y el que no ama, no conserva” Una frase sencilla pero que al llevarla a la acción ha sido capaz de transformar el estilo de vida de cientos de campesinos que han aprendido el verdadero significado de vivir en lo rural. (APC, 2016)

Con lo dicho anteriormente, es necesario recalcar la parte de identidad y cultura que posee el departamento de Nariño, con su potencial agrícola, quien transforma la influencia de la agricultura como definición de identidad, agregando que en Pasto se construye un país desde lo local y que no solo aporta en la construcción del bien común, sino también se siembra un bien social.

Con los resultados del trabajo de campo que se realizó y a partir de la búsqueda de una concepción de identidad basada en tradición y cultura en el agro y con la mayoría de aspectos que identifican por medio de actividades agrícolas, tradiciones y la comunicación de este campo se crea una conexión e interactividad con la tierra, los paisajes, los métodos agrícolas, esto puede conllevar a que el sentido y valor de los territorios sea cada vez más grande.

## **7.2. Capítulo II – San Juan de Pasto Ciudad Tradicional**

A lo largo de este capítulo se pretende mostrar los conceptos básicos del impacto económico y social de la agricultura en Pasto, así como ámbitos culturales y tradicionales y su correspondiente evolución, la percepción de la agricultura en la sociedad y qué permite su desarrollo.

En primer lugar se realizará una breve introducción a la parte histórica, en cuanto a la evolución, también se revisará el impacto socio económico de la ciudad y en la región y cuál es la situación que se vive recientemente; Su perfil ambiental y la urbanización. También mencionar aspectos tradicionales antiguos usados como método de comercialización; Al igual se hará una descripción del segmento de público urbano, finalmente cual es la percepción de la agricultura en la zona urbana de Pasto.

A través de la historia tradicional en la ciudad de Pasto, se puede observar una evolución bajo una adaptación de conocimiento que se va adquiriendo con experiencia, esta evolución a través de la historia brinda un mejoramiento en la manera de vivir y busca satisfacer de algún modo todo tipo de necesidades; hablando en términos más históricos, se tiene en cuenta la aplicación de métodos que en tiempos de antaño se manejaban para la parte económica, como hoy en día son usados y la manera en que se viene ajustando al tiempo actual; las condiciones culturales, tradicionales de la región Nariñense, como lo describe Psicología económica del Pastuso:

Propiciado especialmente por la nueva generación de economistas y especialistas en administración, egresados de nuestras universidades, pero según ellos, hay un ambiente que está siendo manejado y manipulado por personas de 60 años en adelante quienes presentan reticencias ante las nuevas modalidades de manejo en lo que a los aspectos comerciales respecta. (Vallejos y Portilla, 2001, p.27)

De acuerdo a lo anterior este proyecto de investigación de la Psicología económica del Pastuso, esta evolución habla de un proceso de cambios dudosos que se vienen dando por la parte profesional, en un mal manejo en aspectos comerciales.

### **7.2.1. La cultura del Pastuso**

Abarcando el sin número de reseñas historias de la historia del pueblo pastuso, hay datos que guardan a través del tiempo, formando una base de datos histórica donde se puede reconocer aspectos culturales y tradicionales:

La primera fundación algunos historiadores consideran fue realizada por el adelantado Sebastián de Belalcázar en 1537 y en el sitio que hoy es ocupado por la población de Yacuanquer; el traslado posterior a su situación actual en el valle de Atriz, o segunda

fundación, la llevó a cabo Lorenzo de Aldana cuando llegó a pacificar la región en 1539. (DICP, 2015)

Entrando hacia una concepción de ciudad, la ciudad de Pasto en contexto, se relaciona con una evolución urbana ya que se trata de una expansión en la zona, un desarrollo de urbanización que sustenta en gran parte a la región nariñense y conserva segmentos de público rural. Al respecto Solarte y Ramos, (1997) dicen que: “La expansión urbana no es un fenómeno nuevo relacionado, únicamente, con el desarrollo de la industrialización. En estas sociedades en el curso de la historia, hemos visto manifestarse esta expansión de distintas formas.”(p.328)

Las características que describen a los pastusos en otras regiones en algunos casos se estigmatizan las formas de ser del pastuso que no se adecuan a la personalidad pastusa, pero en la mayoría de veces esta identidad se hace notar por aspectos agradables.

De hecho, a lo largo de múltiples años, ha sido el centro de un sinnúmero de chascarrillos y chistes que giran en torno a la forma de ser de sus habitantes, en los cuales predominan, claro está, su gentileza, respeto por el ser humano, y honestidad. (DICP, 2015)

Con lo dicho anteriormente en un ambiente más local, el comportamiento del público urbano, podría ser considerado apto para mediar proyectos en pro del mejoramiento económico y social de la región, al igual inducir al segmento de público a valorar significativamente el trabajo de los agricultores.

### **7.2.2. Impacto socio económico en Pasto**

El impacto económico y social que tiene la agricultura en la zona urbana de la ciudad de Pasto provee de varios factores que declaran una dinámica en la economía local e incluyen unas mejoras respaldadas por soportes socios culturales; esto implica los medios tradicionales como la agricultura que generan pautas de desarrollo; al igual que la parte cultural, que comprende la gastronomía, la producción artesanal y el turismo; independiente de aspectos sociales que integran el manejo y administración de empresas que producen otro tipo de ingresos; Así lo manifiesta el Diagnóstico socioeconómico y del mercado de trabajo de la Ciudad de Pasto:

La expansión de la economía local durante 2006-2007, es contrarrestada por la apreciable recesión económica de 2008-2009, mostrando una tendencia decreciente del crecimiento económico local, comportamiento contrario al crecimiento económico, sostenido y significativo necesario para generar los niveles de empleo que la ciudad necesita y reducir la alta tasa de desempleo existente. (Ormet, 2012, p.14)

Esto permite reconocer la importancia del impacto que producen los aspectos socioeconómicos de la región que son fuente de desarrollo fundamental en la zona urbana y rural de la región nariñense.

### **7.2.3. Perfil ambiental y urbanización**

Considerando la fuerza ambiental que es importante y que su implementación ayuda al mejoramiento del medio ambiente; hay que recalcar el incremento en la densidad de la población en áreas urbanas ya que estas dan lugar a la rápida propagación de enfermedades, por lo que los índices de mortalidad han sido más altos en las ciudades que en zonas rurales. La única forma en que las áreas urbanas continuaban en existencia hasta hace poco era por la continua inmigración de población rural hacia la misma.

El crecimiento en las áreas urbanas se debe tanto al incremento en la inmigración a las ciudades como a la fecundidad de la población urbana. Mucho del desplazamiento a las ciudades tiene lugar por el deseo de las poblaciones rurales de aprovechar las ventajas que las zonas urbanas ofrecen. (Torres, 2000, p.3)

Debido a estos problemas y a todos lo que se puedan presentar, está deben tener un mejor manejo que corrobore a la ecología regional. La implementación de estrategias que buscan un desarrollo sostenible que comprenda el aprovechamiento de posibilidades ambientales transformando el territorio y el ambiente; como lo dispone el plan de gestión ambiental regional de departamento de Nariño PGAR 2015-2032: “Nariño tienen importantes ventajas comparativas desde el punto de vista geográfico sin embargo, estas condiciones no se aprovechan favorables a la economía y a las condiciones sociales de la población.” (PGAR, 2015).

### **7.2.4. Método de comercialización, aspectos tradicionales**

La tradición pástense en tiempos de antaño incluía métodos de comercialización basada en intercambios de bienes y/o servicios sin la intervención de dinero, que consistía en llegar a un acuerdo a la que se le denominaba: Permuta, este intercambio de productos se lo hacía para resolver los problemas entre los hombres, antes de la primera historia de la moneda. El trueque ha trascendido a través del tiempo y que lleva su reconocimiento e incursión en algunos casos. Tocancipá (2008) se refiere al respecto: “Una de las valoraciones discutidas sobre el trueque es el tratarlo como un fenómeno histórico que de manera evolutiva precedió al mercado y que estuvo confinado en el dominio exclusivo de la economía.” (p.150)

De esta manera el Trueque cambió la vida de nuestros antepasados, “La jornada preparatoria significa la asignación de funciones, tareas que cada uno de los comuneros que cada uno debe desempeñar para el buen logro del evento.” (Tocancipá, 2008, p.151). Algo que desde la perspectiva actual parece simple y natural que le dan lugar a la propiedad

privada y a la riqueza. Esto también influyo en el trabajo y empleo, para lo cual era necesaria una organización que asegurara la producción de forma constante, de manera tal que todos los trabajadores no tuvieran que dedicarse a las mismas tareas.

Etapa inicial de la organización de cada trueque es asumida por el resguardo/cabildo anfitrión, el cual en el día del evento hace los preparativos correspondientes al almuerzo y la localización de las representaciones que llegan con los productos. (Tocancipá, 2008, p.154)

### **7.2.5. Percepción de la agricultura en la zona urbana**

Desde el punto de vista más cercano al contexto de ciudad, los habitantes de Pasto están ligados al concepto de agricultura y a los trabajos del campo ya que la agricultura es un gran exponente de desarrollo social y económico en la región nariñense.

A partir del trabajo desarrollado en el diario de campo y la técnica aplicada en el grupo focal del proyecto, para determinar qué tipo de intereses tienen y su punto de vista acerca de la agricultura, se desarrolló una encuesta aplicada en los jóvenes del casco urbano de Pasto, de edades entre los 20 y 29 años; que comprendía preguntas abiertas y cerradas, que se dispuso en una plataforma de internet y que en sus resultados mostró que existe un escaso conocimiento en los jóvenes de la zona urbana acerca de la agricultura y las zonas rurales productivas cercanas a la ciudad, no poseen una idea clara de la labranza, siembra, cultivos etc. ni los procesos que implican para la obtención de un producto, tampoco hay un acceso o relación al algún tipo de entidad ni zona agrícola, en la mayoría de personas.

La percepción de los jóvenes acerca de la agricultura, donde la mayoría no tiene una relación directa con entidades, zonas agrícolas, incluso ni con sectores rurales. Algún porcentaje conoce un concepto de agricultura pero no poseen una idea de los procesos que en ella se realizan; sin embargo hay mucho interés en cuanto a este tema y también en conocer los lugares rurales, familiarizarse con la agricultura, con los cultivadores y con la tierra.

### **7.3. Capítulo III – Diseño de Servicios**

En el desarrollo de este capítulo se mostrará los conceptos que definen un servicio; posteriormente se hablará de la definición que abarca el diseño de servicios y la aplicación de una metodología para la creación del mismo; también sus características del proceso de construcción, al igual de como ayuda en la idea de negocio y el mejoramiento de la calidad de un servicio o producto; de la misma manera, explicar la relación que tienen con el diseño de experiencias.

Inicialmente se realizará una breve explicación del concepto de servicio y sus características, también de cómo se han ido implementando aspectos de “valor agregado” en los servicios y el impacto que ha generado; con ello la definición de diseño de servicios. Luego hablará sobre el conjunto de ofertas, productos o servicios que satisfacen la necesidad de un usuario y sus características más destacadas. Después se planteará el concepto de diseño de experiencias que va ligado a la implementación de una metodología de diseño y a partir de estas, la comunicación de valor a través del diseño de servicios y las oportunidades que puede tener el diseño en el territorio.

Un grupo diverso de actividades económicas que incluyen a los subsectores de alta tecnología y aquellos intensivos en conocimiento a la vez que sectores intensivos en mano de obra y trabajo de baja cualificación. En varios aspectos los servicios se diferencian mucho de la manufactura pero estas distinciones hoy en día se están disipando. Los Servicios típicamente incorporan la prestación de valor añadido procedente de las personas en forma de trabajo, asesoramiento, habilidades de gestión, formación, intermediación y similar. (Viladás, 2009, p.17)

Según lo anterior el servicio, se centra en la prestación de una actividad concreta, que las personas, entidades, empresas, negocios, brindan de tal modo que cumplan con la necesidad específica de los usuarios, además este tipo de prestación de servicio, es una acción económica que no solo implica dar algún tipo de labor a cambio de dinero, sino también en los desempeños que se basan en tiempo, esfuerzo, conocimiento, calidad, entre otras, que identifican esta actividad como un valor agregado que las personas ofrecen en forma de trabajo. Cabe aclarar que el servicio en la mayoría de los casos es independiente de algún producto manufacturado. Los Servicios usualmente en su proceso para la prestación de la actividad y la dinámica de trabajo que intervengan en ese préstamo, incorporan una metodología para mejorar la calidad del trabajo dándole al servicio una propuesta de valor.

El concepto de servicio abarca características esenciales que identifican la prestación de una actividad como servicio; y que brindan una serie de métodos y técnicas que cumple el prestador para el usuario o empleador de los beneficios de la actividad. Lovelock, C (2009) Define el Servicio como “una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad”. (Lovelock, 2009, p.15)

Estos elementos que se identifican en el proceso de prestación de un servicio, pueden determinar la calidad del trabajo, junto al cumplimiento de las condiciones de cada actividad, el resultado benefactor que se requiere por el usuario y sus estimaciones de su ejecución, son factores atrayentes y se consideran un sentido de valor que los usuarios evalúan.

Proponen una distinción entre Servicio y lo que se define como Servicio al Cliente. Para ellas, Servicio, es suministrado por una empresa que ofrece Servicios como propuesta de valor y Servicio al Cliente, son mejoras a la propuesta de valor de cualquier tipo de productos sean tangibles o no. (Zeithalm y Bitner, 2000).

Dichos factores son la propuesta de valor del producto o servicio que le dan una distinción y que incrementan su viabilidad, mejora su clientela y por ende los ingresos económicos.

### **7.3.1. Definición de diseño de servicios**

La definición que abarca el diseño de servicios se centra más en los aspectos que caracterizan un proceso pensado y creado para ofrecer el servicio a un determinado usuario, donde las actividades que comprendan la prestación de ese servicio satisfagan las necesidades y expectativas que el consumidor posee. El campo de diseño de servicios es muy amplio al poder ofrecer un sinnúmero de productos o servicios, que tienen diferentes enfoques e impactan en las diferentes dimensiones y brindan: espacios, personas o agentes, artefactos digitales, artefactos físicos, comunicación, negocio, entre otras.

El diseño del servicio es un proceso a lo largo de las cuatro D: descubrir, definir, desarrollar y entregar, se trata de comprender al cliente, la organización y el mercado, desarrollar ideas, traducirlas en soluciones viables e implementarlas. (Moritz, 2005, p.39)

Según lo anterior los servicios incorporan en su proceso de prestación, ideas y alternativas que influyen en la vivencia y experiencias en los usuarios, que conlleva un proceso de creación, que incluye estrategias que retribuyan las necesidades de un determinado público y al mismo tiempo crean un nuevo valor socio-económico en la sociedad.

El diseño del servicio se basa en la tradición del diseño de productos e interfaces, permitiendo la transferencia de métodos analíticos y creativos de diseño probados al mundo de la prestación de servicios. En particular, existen vínculos estrechos con las dimensiones de la interacción y el diseño de la experiencia que se originó en el diseño de la interfaz. (Mager, 2009, p.37)

Según el artículo anterior, el factor indispensable para que el servicio tenga una distinción, debe incluir unas pautas que definan al trabajo prestado, como un diseño de servicios; dichos factores deben ser apropiados para los clientes, y deben tener un punto de vista que sea acordes para ambas partes, tanto para los proveedores como de los clientes.

### **7.3.2. Aplicación de metodologías para el diseño de servicios**

Para la creación de diseño de servicios es necesario aplicar estrategias que le den una distinción que lo diferencie a los demás servicios o que solo le dé un complemento de valor agregado y este incluye un proceso de diseño que tenga un objetivo útil y adecuado para los usuarios; el objetivo debe estar centrado en las personas que utilizarán el servicio y el enfoque de una situación ideal para tomarlas como el eje central de todo el proyecto. Desde ahí se constituye una primera fase del proceso de construcción de diseño de servicios.

Yuste y Sanchís (2018) plantean que el objetivo de la construcción de diseño de servicios “es centrarse en las necesidades, aspiraciones, preocupaciones e intereses de las personas que utilizarán ese servicio, para poder ofrecerles experiencias que les aporten valor.”

De acuerdo a lo anterior para hacer un seguimiento de construir lo que se quiere diseñar; parte de entender a esos protagonistas para crear historias y la reacción que tiene los usuarios frente a las situaciones experimentales durante la prestación de servicio, al igual de cómo utilizarán el servicio. Las acciones experimentales se plantean desde el punto de vista del usuario. Las estrategias valoradas para incluir en el servicio, se conciben durante el proceso de la fase de ideación, para posteriormente conceptualizar e implementar el servicio, que se crea, utiliza y se exige por las personas a quienes va dirigido, por eso es relevante estimar a los usuarios como protagonistas. Para la aplicación de una metodología es necesario conocer muy bien el problema o la necesidad de los usuarios, el contexto en que se genera esa problemática donde se identifica y se comprende, luego se analiza, se concibe una idea para conceptualizar y formalizar, luego sigue la fase de testeo e implementación y evaluación.

### **7.3.3. Mejoramiento del servicio**

Con la implementación de estrategias que corroboren a ofrecer un buen servicio, se logra obtener un mejoramiento de la calidad; esto depende a la aceptación de las alternativas en los usuarios; A lo largo de un determinado tiempo, se evalúan las ventajas aplicadas desde este enfoque y se ven resultados de empatía en profundidad con el usuario y con el contexto, también se consigue involucrar a todos los stakeholders, otra de las ventajas es la alineación de lo táctico y lo estratégico sin desfases; crear consistencia en todo el contacto usuario y el prestador del servicio de una manera coherente. También maximiza ya que se aprovechan todos los recursos disponibles.

### **7.3.4. Diseño de experiencias, campo creativo del diseño**

El diseño de experiencias es un campo que incluye un ámbito creativo y de diseño, con la vivencia de una práctica que genera un modo diferente de brindar un servicio y que el usuario califica su resultado por medio de sus gustos e intereses, expectativas e intenciones, a partir de su interpretación y percepción; con la práctica del diseño de servicios que se centra en dar respuestas creativas e innovadoras, que incluso tiene la capacidad de

identificar, generar y comunicar valor; se crea una propuesta de valor, y esta característica que plantea el diseño, enriquece y complementa el producto o servicio.

El diseño ya no es solo elaborar detalles o productos. Es un campo que diseña experiencias, procesos y sistemas complejos e interactivos. Involucra experiencia y expertos en campos relacionados y clientes en el proceso de diseño. (Moritz, 2005, p.6)

Según lo que expone las estrategias de modelo de negocios, depende de inquietar sentimientos emociones y cambiar la percepción de los usuarios, el sentir de la vivencia que percibe la persona y su reacción frente al servicio, lo que llevaría a cabo una experiencia memorable en los usuarios.

El servicio, como proceso, se puede representar como un sistema molecular compuesto por elementos, vínculos y evidencias, y propone diferentes sistemas de representación que pueden aplicarse, no solo para comprender el servicio antes de diseñarlo mejor, sino también para poderlo modelizar, testear y replicar, tratando de la forma en que se idean los servicios. (Shostack, 1982, P.39)

De lo anterior se interpreta que el diseño ha tenido una evolución a lo largo de la historia y en cada momento ha encontrado su papel en un estado de producción correspondiente; así que en este caso es un plan de diseño, igual al diseño de productos pero aplicado a un servicio; por lo tanto las estrategias de diseño toman una importancia significativa en análisis y en concreto a las partes interesadas, proveedor y usuario, ya que al final van a ser estas en conjunto, y no solo por el usuario.

### **7.3.5. Comunicar valor a través del diseño de servicios**

Ya que el diseño de servicios comprende una serie de etapas y cada una con un proceso para su desarrollo e implementación que a partir de la búsqueda de problemas específicos y su contexto, se formaliza una idea donde se ofrece a los usuarios una pauta estratégica que genera valor, es aquí donde el diseño de servicios contribuye a crear propuestas deseables donde se funda un vínculo de interacción entre los usuarios y la organización y que se sea eficaz para desarrollar experiencias que le den sentido, que satisfaga la necesidad del usuario y que esa vivencia sea memorable, así describe la publicación de introducción a la innovación en servicios a través de metodologías de diseño:

El Diseño de Servicios es capaz de proyectar experiencias significativas a través de propuestas útiles, deseables y memorables para las personas, y eficientes y efectivas para las organizaciones, haciéndose cargo del desarrollo estratégico y del desarrollo operativo del servicio. (Bernardita Figueroa, et al. 2017, p.6)

A partir del trabajo de campo en las entrevistas a agricultores del sector rural de la ciudad de Pasto, se concluye que los cultivadores consideran que su espacio de trabajo es

un lugar para visitar, además es un lugar tranquilo y destacan la belleza de sus paisajes, también hacen parte de un corregimiento de destino turístico; con la aplicación de estrategias de turismo Rural, en ofrecer una experiencia al segmento urbano de Pasto, para dar a conocer la cultura, actividades agrícolas entre otras. Con la participación de los habitantes de la ciudad en los sectores; estimo que la vivencia de una experiencia en el campo; en la observación se vio que hay un potencial de diferenciación ya que se genera una interacción de diferentes tipos de población y actividades diferentes a las de un estilo de vida urbana le dan una importancia y valor agregado a un servicio. Ya que el servicio se brinda en espacios naturales.

### **7.3.6. Oportunidad para el diseño de servicios en el territorio**

Con base a los lugares que un territorio posee, se ven las posibilidades de implementar por medio del diseño de servicios, posibles oportunidades para su desarrollo y se incorpora como actor clave del proyecto, el Turismo Rural, que intervienen en las zonas rurales cercanas a la ciudad de Pasto. La incorporación de este actor viene a potenciar el proyecto debido a que se incluyen actores directamente vinculados con el ámbito turismo en la región, quienes además ponen al servicio del proyecto su espacio rural como la fuente principal del servicio.

Respecto a la cantidad de sectores rurales de los corregimientos pertenecientes a la ciudad de Pasto se pretende concienciar a los habitantes del sector urbano de la ciudad, con la aplicación del sentido común e implementando un diseño de servicios con una metodología de diseño centrado en las personas, que construya una experiencia basada en enseñanza, ofrezca una comunicación para fomentar el agro, y crear un vínculo entre conciencia y contexto del campo para el reconocimiento del trabajo de los cultivadores.

## **8. Diseño metodológico, Metodología CONCIENCIAR**

Para el desarrollo de este proyecto, se ha propuesto una serie de fases que proceden a definir un orden en el proceso de investigación y ejecución de las soluciones; es importante y necesario considerar estos puntos ya que la investigación concede aportes a la solución de problemáticas que implican el trabajo subestimado que tienen los agricultores en Pasto; es de ahí donde parte el estudio detallado del contexto donde se define el problema; como lo propone Gui Bonsiepe; para de este proyecto la metodología CONCIENCIAR, en la primera fase llamada Abarcar, el primer aspecto es definir, donde se determina la problemática y su contexto al igual las causas y origen que generan ese problema. Con ello una investigación previa que vaya considerando datos e información. En segunda instancia se encuentra el empatizar, que es un acercamiento a la comunidad, por medio de la empatía y los medios de recolección de datos como la observación y entrevistas; donde se obtiene la información. Posteriormente en la tercera etapa de esta fase, está el determinar, que es el análisis del problema y de la información, el cual lleva a una confrontación de los datos

recolectados y concretar la causa y consecuencia del problema. Siguiendo la fase de Gui, que es el análisis del problema y la necesidad que pueden tener los usuarios.

La segunda fase es diseñar, que se compone de tres etapas, la primera es idear, que se basa en la búsqueda de soluciones que abarca un desarrollo creativo y la indagación de posibles alternativas o tendencias que creen un sistema funcional que aporten como recurso para la posible solución y que apoyen el tema de investigación; para esta fase se hace uso de la herramienta Brainstorming. Para la etapa siguiente, como lo expone Hans Gugelot, un espacio de toma de decisiones, en este caso la etapa es elegir, donde se presenta los estudios de costo, algunos beneficios, donde se escoge la mejor alternativa de solución, que se adapte al contexto y tenga viabilidad. Para la siguiente fase expuesta por Gui Bonsiepe sugiere una etapa de desarrollo, que se llama procesar donde se estudia los estándares y materiales que se usaran y se ejecuta la idea de diseño.

Para la tercera fase, llamada Evaluar, la etapa uno es testear que es poner a prueba el producto, creando el prototipo que se valorará; al igual que se evalúa el diseño, los ajustes y los acabados. Luego en la etapa dos es valorar, el cual se analiza la implementación y testeo que menciona Morris Asimow y Hans Gugelot en su última etapa de pruebas, donde se evalúa y experimenta las alternativas de solución, para comprobar su funcionalidad y beneficio, al igual que reconocer sus fallas para entablar un mejoramiento; Continúa la fase tres que es enriquecer, que es mejorar las carencias y reforzar el resultado.

## **8.1. Grupos focales**

- **Población**

La unidad de análisis se enfoca en los habitantes de la ciudad de Pasto al igual que con un grupo de personas pertenecientes a los sectores rurales aledaños de la ciudad. A partir de la problemática del trabajo subestimado de los agricultores, se estudia la percepción de los ciudadanos urbanos acerca de la importancia que posee la agricultura en nuestra región y también el puntos de vista acerca del papel que cumplen los cultivadores; considerando el contexto de cada población donde se intervienen zonas rurales y zonas urbanas, se categoriza según la zona a los grupos específicos de personas. En primer lugar nos dirigimos en la zona rural hacia los agricultores quienes son trabajadores rurales y poseen un alto nivel de experiencia productiva en agricultura, técnicas de cultivo, ingenieros agrónomos, entre otros; un rango de edad entre los 25 y 60 años de edad.

En el mismo grupo se encuentran los empleados obreros quienes también tienen conocimiento en procesos agrícolas y viven en el sector rural, un promedio de edad entre los 18 y 50 años.

En el sector urbano la población de muestra son los ciudadanos pastusos, jóvenes entre los 18 y 28 años de edad, quienes viven en el casco urbano de la ciudad de Pasto, poseen intereses varios, son consumidores de los productos agrícolas dados en la región.

También el papel que cumplen las empresas de turismo, dedicadas al turismo, expectativas vacacionales, recreación y descanso.

## **8.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información (Anexo 1)**

Para la recolección de datos se realizará:

- Entrevista estructurada, teniendo en cuenta los objetivos del proyecto; este método se lo aplicará a los agricultores del grupo de muestra para el proyecto.
- Al igual que se realizará un conversatorio, logrando una empatía con los agricultores.
- Con ello una observación indirecta, con el fin de recoger datos específicos de la cantidad de productos que producen, el proceso para cultivar los vegetales; para posteriormente clasificar esta información.

## **8.3. Enfoque**

Se trata de una investigación que busca dar importancia al trabajo que hacen los agricultores pastusos y que los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Pasto conozcan y comprendan el trabajo arduo de estas personas. Además evaluar modelos, hipótesis o teorías, siguiendo un diseño de investigación flexible y estudiando a los cultivadores en el contexto de su labor.

## **8.4. Método Etnográfico**

La investigación etnográfica es un tipo de investigación orientada hacia la interpretación de la sociedad o de un grupo específico por medio de la observación de campo de los

fenómenos socioculturales y en un momento dado, por medio de la acción participativa en la solución comunitaria de los problemas concretos.

El proyecto busca descripciones detalladas de los procesos de cultivo, eventos, personas, interacciones y comportamientos de los agricultores pastusos; dichos aspectos son observables y arrojan una descripción del modo de vida social de estas personas. Se trata de analizar e interpretar la información proveniente de un trabajo de campo, cuyos datos consisten en experiencias textuales de los agricultores protagonistas del fenómeno en el ambiente natural para comprender lo que hacen, dicen y piensan, además de cómo interpretan su posición como contribuyentes y proveedores de productos vegetales de la ciudad; sus experiencias, actitudes, creencias y pensamientos tal como son expresadas por ellos mismos. (UNAD, s.f.)

## **9. Proyecto Gráfico, Diseño de servicios**

Para la ejecución del objetivo general del proyecto de promover el turismo rural en Cabrera, San Fernando y Obonuco; zonas rurales aledañas a la ciudad de Pasto con el fin de reconocer el trabajo subestimado de los agricultores pastusos; se desarrolló un acercamiento a los agricultores y al contexto rural, de igual manera se logró obtener una determinada percepción y punto de vista en el público objetivo, los jóvenes entre los 18 y 26 años de edad, acerca de la agricultura; en la cual se determinó por medio del análisis del trabajo de campo y con la ayuda de la herramienta Brainstorming que es un mapa visual de las ideas y soluciones posibles para la problemática; por medio de este instrumento se generó la idea de ofrecer un recorrido con actividades dentro del contexto rural, donde se incluya la participación de los agricultores en los procesos de cultivación, acciones para el desarrollo de ciertas actividades agrícolas, entre otros y personas vinculadas dentro del servicio; es decir, los visitantes y turistas. Dicho recorrido cuenta con una serie de etapas concluidas en el diseño metodológico, que se basan en la prestación de un servicio.

Ya que existen diferentes herramientas y técnicas que nos ayudan a la creación del diseño del servicio, se manejó el Diseño Preliminar que se desarrolla en la etapa de ideación, donde se describe el recorrido que hace el usuario y proveedor, realizando un orden de acciones organizada desde el pre-servicio donde se experimenta el primer acercamiento servicio, el servicio que es la experiencia que se da desde el momento inicial, hasta que termina; y el post servicio es donde el usuario realiza una evaluación del servicio a partir de su experiencia, también las acciones que realice el proveedor pueden fidelizar al usuario. En el diseño preliminar se especifican las necesidades y las acciones de los usuarios y proveedores, al igual que los puntos de contacto.

Asimismo se empleó el Mapa Operacional BLUEPRINT que es una herramienta que nos permite de manera visual la conceptualización del proceso por el que fluye el servicio, identificando aquellos puntos para conseguir una experiencia óptima en el momento de

brindar el servicio a los usuarios. La ideación y construcción del servicio se realizó por medio de este elemento, donde se detalló el funcionamiento del servicio, teniendo en cuenta los aspectos clave que comprenden las acciones y funciones del usuario al igual que del proveedor en este caso el agricultor. Este mapa opera en tres fases, Pre Servicio, Servicio y Post servicio; también maneja la evidencia física, que se relaciona directamente con las piezas tangibles que deja el servicio, el recorrido que hace tanto el usuario como el proveedor donde entran las actividades que hacen antes, durante y después del servicio, igualmente están los puntos de contacto que es la interacción entre usuario y proveedor en el momento de la toma del servicio. También este mapa incluye un detrás de, que son las acciones que ejecuta el proveedor para que el usuario tome un servicio óptimo y son actividades que se desarrollan sin la presencia del usuario.

Para la construcción del servicio que brindará Sendero Rural, Turismo y Diversidad, se organizó el Diseño Preliminar de la siguiente manera: las necesidades del usuario en el pre servicio, se destacan el visitar que hace parte de una exploración en los lugares rurales es decir los sectores aledaños a la ciudad de Pasto; el conocer, que está dentro de la recreación y distracción en este caso los sectores turísticos, el agroturismo y sus actividades agrícolas; y el descansar, que incluye una experimentación, pasar tiempo en familia, vivir un tipo de rutina diferente. En el servicio desde el punto de inicio, son conocer las condiciones de la toma de servicio.

Las acciones que realiza el usuario en el pre servicio se basan en el primer acercamiento a la idea de conocer sectores rurales de la ciudad. En segunda instancia, en el servicio si hay interés por parte del usuario habrá un contacto indirecto por redes sociales, correo, número telefónico; después se organiza un itinerario el cual se define a partir de la concordancia de los dos, usuario y proveedor.

En las necesidades del proveedor, se determinó por medio del trabajo de campo que el agricultor necesita dar a conocer su trabajo, vender sus productos y obtener un beneficio. La muestra de su trabajo durante el servicio se da a través de charlas, anécdotas, la exhibición de su labor dentro de su contexto rural. Vender sus productos agrícolas es una necesidad que se puede suplir en el momento del contacto y la interacción con el usuario mientras ocurre el servicio, también cabe destacar que es un momento provechoso para los usuarios poder comprar los alimentos recién cosechados, al igual que hace parte de la experiencia poder obtener los vegetales frescos. En cuanto a las acciones que realiza el agricultor se encuentran la disposición del espacio rural, es decir su casa y su locación donde labora, adecuando del sendero que facilite la orientación en la zona y permita a los usuarios guiarse hacia un lugar específico. La relación con los usuarios, es la interacción que desarrollará la enseñanza, la explicación de su trabajo, las actividades que se hacen dentro de la agricultura; con ello producir en los usuarios una experiencia vivencial mediante las actividades de agroturismo.

Para el mapa operacional Blueprint se recalca el recorrido que hace el usuario de manera organizada y en una sucesión de etapas, desde el pre servicio, con la relación indirecta en redes sociales, donde se da a conocer el plan y servicio de SENDERO RURAL, es aquí donde se genera el contacto y confirmación de la participación de los usuarios en el servicio; dicho contacto se da entre usuario y proveedor para concordar la cita del servicio, lugar y hora. También está el post servicio que son las acciones y las piezas tangibles que dejan el servicio para la fidelización de los usuarios.

Durante el servicio el visitante hace el recorrido que inicia desde la llegada al punto de encuentro, la recepción y bienvenida que se le dan en el lugar, posteriormente viene una caminata en la zona rural, junto al encuentro con el agricultor, la charla entre usuario y proveedor es la interacción que se crea además de generar un vínculo entre ambos sectores (rurales y urbanos), también incluye la explicación de los agricultores en cómo está distribuido la zona rural, que cultivos hay y en qué estado se encuentra en el momento; dentro del recorrido del usuario y proveedor, está la caminata al sector de cultivos, el cual está adecuado y señalizado donde, aparte de las actividades que se puedan realizar en el entorno. En el post servicio el recorrido que hace el usuario depende de su evaluación del servicio, la experiencia que se generó en el sendero; en cuanto al proveedor, se destacan las acciones que el interviene para que su labor sea recordada, además hace la invitación a la continuidad en sus visitas, invitar a más personas hacer uso del servicio.

En el mapa operacional, también se encuentran la evidencia física que son las piezas tangibles que deja el servicio, antes de la toma del servicio están las piezas gráficas, redes sociales y las imágenes del servicio y sendero. Para el servicio las están la imagen corporativa, soportes gráficos de los recorridos, señalización de la zona rural, las aplicaciones de marca como, mugs, tarjetas de presentación, también dentro de las piezas están los productos agrícolas, cultivos etc. En el post servicio y para la fidelización está el recuerdo brindado por el proveedor para los usuarios.

La interacción del usuario y proveedor en el momento de la toma del servicio se dan en los puntos de contacto, que se proporciona en el primer contacto con la invitación por redes sociales para la toma del servicio. En el servicio el punto de contacto es con el agricultor y su familia, cabe destacar el contacto con el campo, la tierra, las actividades agrícolas, los cultivos de los vegetales, el paisaje entre otros. Posteriormente en el post servicio están la publicidad, contactos directos que se dejan, números telefónicos, redes sociales etc.

En este mapa operacional también describe el detrás de, que son labores que ejecuta el proveedor, entre estas actividades están la adecuación del sendero, ubicación de las señales según la distribución del sector rural, también está la preparación del agricultor de su charla para los usuarios del servicio. En el servicio, las acciones son el disponerse para el recibimiento y luego después de la toma del servicio están los contactos generados para

posibles refuerzos en toda la logística del servicio. Con el servicio se pretende entablar un vínculo entre comunidades rurales y urbanas, formar una comunicación basada en enseñanza de las actividades agrícolas. Los productos empleados para el desarrollo del servicio se basan en una misma unidad gráfica. Igualmente la paleta cromática es usada a partir del altiplano Andino.

### **9.1. Identificador visual**

El nombre del proyecto, que representa el nombre del diseño de servicios, se compone de dos conceptos fundamentales, los cuales fueron el resultado del proceso de creación del Itinerario Rural desarrollado con los usuarios claves.

La Marca Gráfica es la representación visual de Sendero Rural, por lo cual es muy importante destacar todos los componentes de la Marca visual, su construcción y su composición cromática. El identificador visual se compone de la unión de simplificaciones del Volcán Galeras, simplificación de las plantas agrícolas, el suelo como cultivos y el agua. Su gama cromática se basa en el altiplano andino; esta unión de figuras que representan las características del servicio de Turismo Rural, recreación, riquezas Naturales del territorio. También posee el slogan: Turismo y Diversidad que referencia el concepto del servicio.

### **9.2. Programa de Señalética**

El programa de señalética se desarrolló bajo las siguientes etapas: Primero se entabló un contacto a la problemática que se presenta en la necesidad de adecuar y señalar un sendero que oriente y guíe a un determinado público; el acercamiento se hizo en el espacio real, que está destinado a los usuarios en la oferta de prestación de servicios varios, distractivos y culturales. Al igual se definió la personalidad ya que todo espacio está planteado para la acción del público y que posee ciertas características propias que evocan un impacto, se distinguen por la gama cromática y elementos que estimulan un ambiente particular para lograr una adaptación de la señalética en el medio; dentro de la personalidad de la señalización se encuentra la marca en este caso un imago tipo, que aporta la diferenciación y hace parte de la identidad corporativa.

En segunda instancia se realizó el suministro de la información la cual corresponde a la necesidad; se realizó una descripción exacta de la estructura del espacio a intervenir y los condicionantes. Por medio del plano del territorio, se formó la zonificación, el recorrido, la ubicación de los servicios, posteriormente se hizo una recopilación de palabras clave acerca de las diferentes actividades y necesidades de la información del itinerario rural. También se registró documentos fotográficos de los puntos clave, el punto de vista y óptica del individuo en la situación.

Las condiciones ambientales también son parte importante, ya que se trata de un lugar en el exterior y una condición muy determinante para la concepción de las señales, asimismo se hizo una toma del estilo ambiental desde los colores dominantes, la combinación de colores y la iluminación natural.

Para la tercera etapa se trabajó la planificación, es decir el trabajo de diseño teniendo en cuenta el listado de palabras clave. Se determinó una señalización del recorrido principal de como procederá el visitante. Al igual se definió que las señales son indicativas e informativas, para su conceptualización, se creó unas fichas técnicas de nomenclatura y numeración.

La cuarta parte se trata acerca del diseño gráfico y el conjunto de actividades específicas del diseñador, donde se desarrolló el diseño conceptual y organizativo para la generación de la planificación de todo el proceso, iniciando con las fichas señaléticas, que fueron creadas a partir de las palabras clave, quienes definieron cada servicio, la localización en los planos y las fotografías, estas fichas consisten en la situación de cada señal, texto e idioma correspondiente, el pictograma, situación de flecha direccional, los colores, el fondo, color tipográfico y contraste del pictograma y las medidas totales. En esta etapa también se construyó el modulo compositivo, para la creación de la estructura de todas las señales las cuales se establece la composición de cada señal que integran el pictograma de acuerdo al estilo global y gráfico de todo el programa de señalética. En este mismo proceso entra la escogencia de la tipografía, que en este caso hace contraste en tamaño y grosor adecuado y legible. Los pictogramas se crearon bajo la función de establecer un estilo particularizado. De igual manera el código cromático, este se realizó por colores los cuales permiten diferenciar e identificar los diferentes recorridos, servicios, entre otros.

### **9.3. Diseño de guías turísticas**

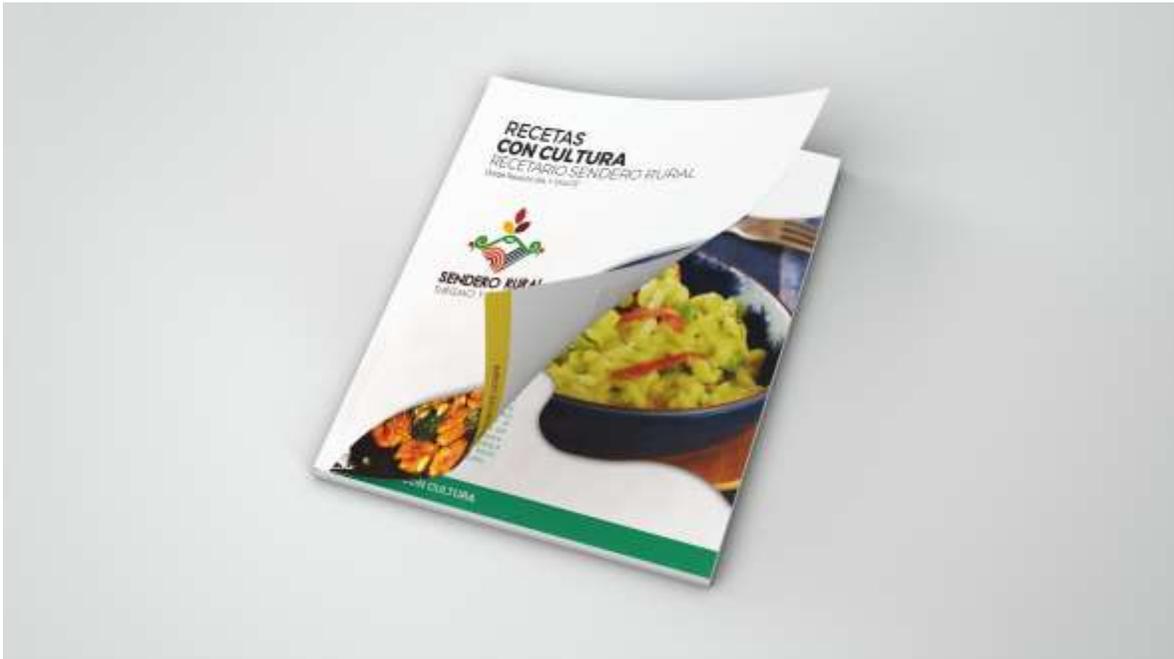
El objetivo de la guía turística es informar acerca del patrimonio, los bienes de interés cultural y natural, y demás recursos turísticos para el ámbito de acción de los turistas y visitantes, de manera atractiva, interactuando con ellos y despertando su interés, así como presentarles servicios de acompañamiento y asistencia, utilizando, en caso necesario, lengua extranjera, de modo que se sientan atendidos en todo momento, se satisfagan sus expectativas de información y se cumplan los objetivos de la entidad organizadora del servicio.

Esta guía es únicamente informativa e indicativa acerca del lugar donde se enfoca el proyecto. Para su ejecución se desarrolló por medio de elementos gráficos, mapas, ubicaciones, sitios turísticos, lugares de interés. La información recolectada es de acuerdo a la fuente de la Alcaldía de Pasto

### **9.4. Diseño de Guía de Cocina**

El objetivo de la guía de cocina, llamada Recetas con Cultura, tomadas del libro Sal y Dulce de Jorge Rausch, el contenido de esta guía para cocina está basado en la cocción de elementos vegetales y frutales. Para la diagramación del soporte gráfico se realizó con el nombre de la receta, los ingredientes y la preparación, al igual que la utilización de la imagen de la receta.

Imagen 7: Mock Up guía de cocina



### 9.5. Diseño de piezas gráficas



## 1. Conclusiones de la investigación

- Se deduce que la agricultura es un trabajo que está en constante movimiento, y que se considera una actividad de fomento y desarrollo para la región, por lo tanto los agricultores consideran que es un oficio, un trabajo que ellos aman hacer, al igual que es un medio de ingresos y abastecimiento tanto para su familia, como para la región.
- Las actividades que se desarrollan dentro de la agricultura son caracterizadas por tener un complejo mantenimiento y cuidado, la cual quienes trabajan en la zona rural y agrícola, poseen una gran capacidad y experiencia en su labor, todas estas tareas dependen de las habilidades como agricultores, para guiar un buen proceso y cultivo, todas estas cualidades despierta en lo jóvenes cierto interés en saber cómo se realiza, relacionarse con este tipo de actividades, al igual que salir de una rutina diaria, para conocer e interactuar con este medio.
- Los espacios de trabajo de las zonas rurales son agradables, poseen un ambiente tranquilo. Una característica principal de estos lugares son sus climas la variedad de productos agrícolas que se dan. Sus lindos paisajes, son ideales para un descanso, una distracción, son los factores atractivos para las personas; igualmente los agricultores consideran que sus espacios donde cultivan son agradables para visitarlos.
- El turismo rural es un tema un poco desconocido, que no ha tenido una estimación, pero si hay un gran interés en conocer estos espacios agrícolas.
- Las rutinas de agricultura se basan en un proceso que se va dando a medida, es decir lo que requiere cada cultivo, este tipo de situaciones son orientadas por expertos, en este caso agrónomos, quienes también poseen una gran experiencia más teórica en cuanto a la producción.
- Los intereses de los jóvenes van tras el reconocimiento de la labor que hacen los agricultores, en conocer estos espacios agradables, en compartir en familia, también un aporte al conocimiento de este oficio, y conocer acerca de donde provienen y como se producen los alimentos agrícolas.

- Se considera que el turismo rural es un estrategia para dar a conocer la agricultura; que hay mucho interés de parte de los jóvenes por este tema, que las cosas que se pueden ofrecer en estos espacios dependen de factores como el clima, la flora y fauna, la recreación, la tranquilidad, la naturaleza, y sus paisajes son recursos que deben aprovecharse para hacer un turismo rural. Por lo tanto la creación y aplicación de estrategias de Turismo, es una oportunidad de fomento y reconocimiento para los agricultores. El turismo rural, es un medio ideal para dar a conocer esta hermosa labor que hacen los agricultores, dar a conocer la importancia del reconocimiento de este trabajo, que diariamente se ve el esfuerzo que estas personas realizan, y se ve en los productos llevados a nuestra mesa. Los espacios y zonas rurales se encuentran cerca, a la zona urbana de la ciudad, entonces un factor que se puede aprovechar. Estos espacios agrícolas son característicos para la creación de las estrategias; teniendo en cuenta la posibilidad de adecuar los lugares para un mejor aprovechamiento al igual que sea un ambiente agradable.

El reconocimiento que pueden tener tanto los lugares rurales de las zonas aledañas al casco urbano de Pasto, como también los agricultores es muy importante, además del trabajo que se realiza, para conservar este oficio como una tradición y cultura dentro de nuestra región.

Los aspectos que caracterizan una bonita zona rural es la producción agrícola, que podría aprovecharse también para la preparación de alimentos, la comida preparada con carbón y leña en el contexto del campo. Los espacios de ocio como el descanso, las distracciones, los paisajes, el ambiente y los lugares para el turismo rural pueden adecuarse por medio de las diferentes actividades que se hace en la agricultura.

## 2. Referencias

- ASIMOW, MORRIS, Diseñador industrial, metodología de diseño, fase de planeación y morfología, diseño detallado.
- BONSIEPE, GUIE, Diseñador industrial, teórico, docente de diseño, estudió y luego enseñó en la HFG, Alemania.
- Boyle, Barbara. (2000) *La Urbanización: una fuerza ambiental considerable*. Washington, D.C. Consultado el 5 de marzo 2018, tomado de:  
[https://www.academia.edu/36533136/Consecuencias\\_de\\_la\\_urbanizacion\\_en\\_el\\_medio\\_ambiente](https://www.academia.edu/36533136/Consecuencias_de_la_urbanizacion_en_el_medio_ambiente)
- Cerón, Benhur, Ramos, Tulio. (1997) *Pasto: Espacio, economía y cultura*. Colombia Consultado el 25 de febrero 2018, tomado de:  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/geografia/pasto/parte2/cap1-1.htm>
- Corporación de la APC Colombia. (2016). *En Nariño se cultiva cultura e identidad*, Colombia. Consultado el 14 de febrero 2018, tomado de:  
<https://www.apccolombia.gov.co/historia/en-narino-se-cultiva-cultura-e-identidad>
- Corporación de la APC Colombia. (2016). *En Nariño se cultiva cultura e identidad*, Colombia. Consultado el 14 de febrero 2018, tomado de:  
<https://www.apccolombia.gov.co/historia/en-narino-se-cultiva-cultura-e-identidad>
- Corporación de Nariño. (2014). *Plan de gestión ambiental regional del departamento de Nariño PGAR 2015–2032*. Colombia. Consultado el 19 de marzo 2018, tomado de:  
<http://corponarino.gov.co/expedientes/planeacion/pgar20152032/diagnosticoPGAR20152032-parte1.pdf>
- Cumbizara, J. (2012) *El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca)*, Universidad Nacional de Colombia, Colombia.
- Desarrollo de la investigación. (2015). *La cultura del pastuso*. Colombia. Consultado el 19 de febrero 2018, tomado de: <http://wconociendolaculturapastusa.blogspot.com/>
- Encuesta On line, <https://www.onlineencuesta.com/ONLINEENCUESTAt>
- Figuroa, B., Mollenhauer, K., Rico, M., Salvatierra, R., Wuth. P. (2017) *Creando valor a través del Diseño de Servicios*, Chile.
- Guerrero, Ricardo. (1998) *Fertilización de cultivos en clima frío*. Consultado el 6 de febrero 2018, tomado de: <http://www.monmeros.com/descargas/dpmanualfrio.pdf>

GUGELOT, HANS. Diseñador industrial y arquitecto, destacado por el diseño mobiliario, se desarrolló como docente de la escuela de diseño HFG de UML. (Método de proyección)

Gustavo López, Bertha Palomino. (2008) *Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México*. México. Consultado el 28 de enero 2018, disponible en: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero5/Lopez-Palomino.pdf>

Insuasty, Liliana, Burbano, Hernán. (2013) *El Suelo un Bien Social*, Colombia. Consultado el 7 de febrero 2018, tomado de: <https://docplayer.es/19220371-Liliana-insuasti-bravo-ingeniera-agronoma-m-sc-hernan-burbano-orjuela-ingeniero-agronomo-m-sc.html>

Lacky, Polan. (1995) *Desarrollo Agropecuario, de la dependencia al protagonismo del agricultor, serie desarrollo rural N°9 4ta edición*. Chile. Consultado el 3 de febrero 2018, tomado de: <http://www.fao.org/3/a-ai006s.pdf>

La patria.com. (28 de marzo 2012) *El Parque de la Fruta da su primera cosecha* Consultado el 28 de enero 2018, tomado de: <http://www.lapatria.com/turismo/el-parque-de-la-fruta-da-su-primera-cosecha-1853>

Lizarral, Rubén. (2014) *Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, Informe rendición de cuentas*. Colombia. Consultado el 11 de febrero 2018, tomado de: [https://www.minagricultura.gov.co/Documents/Informe\\_2013\\_2014\\_Final.pdf](https://www.minagricultura.gov.co/Documents/Informe_2013_2014_Final.pdf)

Lovelock, Christopher, Wirtz, Jochen. (2009). *Marketing de los servicios, personal tecnología y estrategia/ sexta edición*. Mexico. Consultado el 28 de marzo 2018, tomado de: <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2015). *Corporación Colombia Internacional, Sistematización del Programa Joven Rural*. Colombia. Consultado el 13 de febrero 2018, disponible en: [http://www.consortio.org.co/wp-content/uploads/2015/09/sistematizacion\\_pjr\\_2015.pdf](http://www.consortio.org.co/wp-content/uploads/2015/09/sistematizacion_pjr_2015.pdf)

Ministerio de Agricultura. (2017) *Bitácora de Turismo Rural, Edición N°32 INDAP, Todos por Chile*. Chile.

Mollenhaver, Katherine, Hormanzabal, Jose. (2013) *Modelo design-driven para la generación de propuestas de valor*. Editorial Diseño Dossier.

- Mora, Laura. (2013) *Turismo Rural en Empresas comunitarias e innovación en México* (tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma De México
- Moritz, Stefan. (2005). *Service Desing, Practical Access to an evolving field*, London.
- Pasto, A. d. (s.f.). Alcaldía de Pasto. Obtenido de Comunas, Barrios, Corregimientos y veredas: <http://www.pasto.gov.co/index.php/comunas-barrios-corregimientos-veredas>
- Pérez, Edelmira. (2001) *Hacia una nueva versión de lo rural*. Argentina, Editorial Clasco.
- Red Ormet, UDENAR. (2012). *Diagnostico socioeconómico y del mercado de trabajo, ciudad de Pasto*. Colombia. Consultado el 2 de marzo 2018, tomado de: <https://drive.google.com/file/d/0B4me1O3pWFMHZjF3SU4wWWFwTnc/view>
- Sectur. (2008) Secretaría de turismo, *Programa de ecoturismo y turismo rural, institución*, México
- Sepúlveda, Rodríguez, Echeverri, & Portilla. (2003). *Enfoque territorial de desarrollo rural, instituto interamericano de cooperación agropecuaria*. Costa Rica. Consultado el 26 de enero 2018, disponible en <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A3045e/A3045e.pdf>
- Shostack, Lynn (1982) *How to Design a Service*, traducido: Como diseñar un servicio, (Artículo). Consultado el 30 de abril 2018, Disponible en: <https://www.servicedesignmaster.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/10/EUM0000000004799.pdf>
- SYNGENTA. (2016) *Experiencia productiva de desarrollo sostenible*. Colombia. Consultado el 5 de febrero 2018, tomado de: <http://www.cecodes.org.co/site/syngenta-contribuye-a-la-seguridad-alimentaria-en-colombia/>
- Tafur Ramiro, Toro Julio, Delgado Cesar, Salgado Rodrigo. (2006). *Plan Frutícola Nacional, Desarrollo de la fruticultura en Nariño*. Colombia. Consultado el 9 de febrero 2018, tomado de: <https://docplayer.es/19220371-Liliana-insuasti-bravo-ingeniera-agronoma-m-sc-hernan-burbano-orjuela-ingeniero-agronomo-m-sc.html>
- Tocancipá, Darío. (2008). *El trueque tradición, resistencia y fortalecimiento de la economía indígena del Cauca*. Editorial, Revista de estudios sociales. Colombia.

- UNAD. (s.f.). Lección 1. Método Etnográfico. Obtenido de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401121/401121\\_exe/leccin\\_1\\_\\_mtodo\\_etnografico.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401121/401121_exe/leccin_1__mtodo_etnografico.html)
- UNCTAD. (2015) *El papel de los pequeños agricultores, para la producción y comercio sostenible de productos básicos*, Junta de comercio y desarrollo. Ginebra. Consultado el 5 de febrero 2018, tomado de: [http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb62d9\\_es.pdf](http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb62d9_es.pdf)
- Vallejos, Walter, Portilla, Diego. (2001). *Psicología Económica del Pastuso*. Colombia. Consultado el 16 de febrero 2018, tomado de: [http://www.colegiomusicalbritanico.edu.co/investigaciones/Proyecto\\_de\\_investigacion\\_Psicologia\\_del\\_Pastuso.pdf](http://www.colegiomusicalbritanico.edu.co/investigaciones/Proyecto_de_investigacion_Psicologia_del_Pastuso.pdf)
- Viladás, Xénia. (2009) *El diseño a su servicio*. España.
- Yuste, Daniel. Sanchís, Rosa. (2018) *El diseño de servicios, una nueva forma de pensar, crear y diseñar la relación con los clientes*. Consultado el 30 de abril 2018, tomado de: <https://blog.ferrovial.com/es/2018/01/que-es-el-diseno-de-servicios/>
- Zeithalm, V, Bitner, M. (2000). *Service Desing, An emerging field*. Consultado el 5 de abril 2018, tomado de: <http://mejormarketing.blogspot.com.co/2011/02/definicion-de-servicio.html>

### 3. Anexos

*Anexo-Imagen 8 Identidad corporativa “Sendero Rural”*

Imagotipo - Marca



#### **Área de seguridad**

El área de protección de imagen de marca, se limita a un espacio apropiado, para prevenir que el logo no se afecte en su campo visual, por tanto, su espaciado, izquierda, derecha, superior inferior depende del tamaño de la imagen. Como referencia se toma 6 cm de ancho por 6 cm de alto, para definir adecuadamente su simetría dependiendo de su uso.

Por tanto, su área de seguridad se proporciona así:

#### **Área de reducción**

Es considerado como el menor tamaño, al que puede ser reducido el identificador de la marca. En este caso el área de reducción de imagen de Sendero Rural es 1,5 cm de ancho por 1,5 cm de alto.

Por tanto, se ha establecido así:



## Gama cromática

La aplicación del tono en el identificador debe aplicarse igual, según corresponda el pontón de la marca.

### Anexo-Imagen 35 Identidad corporativa “Fiesta Campesina

|   |                |     |      |      |     |       |       |       |
|---|----------------|-----|------|------|-----|-------|-------|-------|
|  | PANTONE 900400 | C0  | M25  | Y100 | K0  | R:253 | G:196 | B:0   |
|  | PANTONE 545732 | C0  | M71  | Y82  | K0  | R:234 | G:87  | B:50  |
|  | PANTONE 191339 | C13 | M100 | Y71  | K5  | R:202 | G:19  | B:55  |
|  | PANTONE 911440 | C27 | M100 | Y69  | K20 | R:145 | G:20  | B:54  |
|  | PANTONE 541746 | C60 | M100 | Y39  | K42 | R:90  | G:23  | B:70  |
|  | PANTONE 723710 | C35 | M70  | Y100 | K47 | R:114 | G:55  | B:51  |
|  | PANTONE 304230 | C10 | M0   | Y100 | K0  | R:80  | G:174 | B:0   |
|  | PANTONE 3909DP | C32 | M0   | Y16  | K0  | R:203 | G:223 | B:223 |
|  | PANTONE 5493PP | C67 | M20  | Y40  | K4  | R:90  | G:155 | B:153 |
|  | PANTONE 230355 | C83 | M44  | Y31  | K42 | R:35  | G:82  | B:85  |
|  | PANTONE 003134 | C95 | M50  | Y54  | K4  | R:12  | G:50  | B:42  |

## Tipografía del identificador y slogan

Al igual que los colores corporativos, la tipografía debe mantenerse similar y no modificarse.

La tipografía que se eligió para la marca es “GeosansLight” una tipografía sencilla, legible; sus remates le ayudan a generar versatilidad para el nombre del proyecto. Al igual que el Slogan: Turismo y diversidad, la tipografía “Basic Title Font”

LOGOTIPO  
GeosansLight

A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
ñ o p q r s t u v w x y z

SLOGAN  
BASIC TITLE  
FONT

A B C D E F G H I J  
K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z

## Técnica e Instrumento de Recolección (Stakeholders)

Anexo-Tabla 1: Infograma de Stakeholders



| 1 Nivel  | Objetivo  | Técnica  |
|--|---|--|
|  <p><b>AGRICULTORES</b><br/>Trabajadores rurales, alto nivel de experiencia</p>         | Recolectar información acerca de procesos agrícolas aplicados en el sector rural de los municipios. | Entrevista estructurada                                    |
|  <p><b>EMPLEADOS OBREROS</b><br/>Viven en el sector rural, procesos agrícolas.</p>      | Reconocer los procedimientos que se involucran en el mantenimiento de los cultivos.                 | Observación directa  |
|  <p><b>CIUDADANOS PASTUSOS</b><br/>Intereses varios, sector urbano, consumidores</p>    | Determinar cuales son sus intereses y su punto de vista de la agricultura                           | Encuesta, preguntas cerradas y abiertas, por medio on line |
| 2 Nivel  | Objetivo  | Técnica  |
|  <p><b>EMPRESAS DE TURISMO</b><br/>Expectativas vacacionales, recreación, descanso</p> | Obtener información y determinar los servicios que brindan las agencias de turismo                  | Entrevista, estructurada                                   |
|  <p><b>TURISTAS</b><br/>Diferentes culturas y tradiciones, otras ciudades.</p>        | Recolectar información acerca de sus intereses como turistas.                                       | Entrevista semi estructurada                               |
| 3 Nivel  | Objetivo  | Técnica  |
| <p><b>LIDERES COMUNITARIOS</b><br/>Representantes de una zona rural de Pasto</p>   | Determinar los sectores que se pueden intervenir para la implementación de la estrategia            | Entrevista semi estructurada                               |
| <p><b>ALCALDIA</b><br/>Entidad de la gobernación, que vela por el bienestar social</p>   | Obtener información de las zonas rurales del municipio de Pasto                                     | Entrevista semi estructurada                               |

Tabla 2: Analogía de Stakeholders

| Criterios                           | Stake Holders                | Actividades en contexto  | Sentimientos Emociones  | Espacio de ocio  | Vinculos Sociales   | Conocimiento   |
|-------------------------------------|------------------------------|--|---|--|---|--|
| <b>CONTEXTO</b>                     | Agricultor                   | - Mantenimiento del cultivo, procesos<br>- Sembrado                            | Ellos consideran que la agricultura es una pasión, para muchos personas es un trabajo más que se valora, al igual que se ama, este oficio   | Los agricultores consideran que su espacio de trabajo y ambiente es tranquilo e ideal para un descanso, al aire libre, donde se pueda hacer muchas cosas | Relación con los obreros (peones) - normas de agricultura, comerciantes de los productos, desarrollo comercial personas del mercado, para el abastecimiento                 | El grado de conocimiento es muy alto, desde su experiencia y la intervención de un agrónomo guía de los cultivos. Saben como hacerlo, tienen un nivel experto.   |
|                                     | RURAL                        | Obrero   | - Rutina de agricultura   |  |   |  |
| URBANO                              | Ciudadano                    | - Vacaciones<br>- Visitas a los pueblos cercanos a la ciudad                   | Ellos reconocen que los espacios de la región son agradables. La versatilidad que tienen los campesinos, lo muy inteligentes, humildes y veraces para realizar cualquier trabajo.   | Estiman los Indos Pasajes. Pasar tiempo en familia descansar y distraerse, salir de una rutina puede ser un espacio de turismo                           | No hay una relación directa con entidades, ni zonas agrícolas de la región. Existen vínculos de relación con amigos, conocidos que viven en zonas rurales.                  | Un porcentaje de jóvenes no poseen conocimiento en cuanto a la agricultura algunos de ellos conocen un poco acerca de algunos productos. En cuanto al turismo rural es un tema desconocido para ellos. |
|                                     | Turistas                     | - conocer y descansar  |   |  |   |  |
| <b>TEMA</b>                         |                              |  |   |  |   |  |
| AGRICULTURA (Actividad fomentadora) | Agrónomos                    | - Agricultura a nivel regional<br>- Desarrollo económico y social de la región | Manifiestan que la agricultura es el medio en el cual se trabaja en pro al desarrollo económica, donde se ve el buen trabajo, la experiencia, y la calidad de los buenos productos agrícolas.                                     | Agregan que esta actividad que tiene sus procesos, depende de una habilidad manifiestan que los espacios de trabajo al aire libre, son agradables.       | La relación social entre agrónomos y agricultores se basa en el cuidado y mantenimiento del cultivo, al igual que con los vendedores, para la compra de productos químicos. | El conocimiento acerca del turismo rural es muy escaso, es un tema desconocido.  |
|                                     | Agricultores                 |  |   |  |   |  |
| TURISMO RURAL (Espacio de ocio)     | Agencias de Turismo Turistas | propuestas para los visitantes y turistas                                      | Estiman algunos intereses por conocer la zona rural de Paita. La importancia del reconocimiento de este trabajo. Diariamente se ve el esfuerzo, de los campesinos y agricultores, en los productos agrícolas, llevados a la mesa. | Consideran que el clima, la gente, la flora y fauna, aire libre, la recreación, la tranquilidad, la naturaleza los paisajes, son factores atractivos.    | Agencia y clientes personal encargado de los lugares de destino.  | Estiman saber que el turismo rural es un tipo de turismo que no es muy usado en esta región. En cuanto a la agricultura es muy bajo el conocimiento que poseen.  |