

**PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURÍSTICO PARA LA ZONA DE
INFLUENCIA DEL SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS,
MUNICIPIO DE IPIALES, DEPARTAMENTO DE NARIÑO, AÑO 2013**

**MERY VIVIANA SOLARTE PATIÑO
DIELA GLADYS TONGUINO ARIAS**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2014**

**PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURÍSTICO PARA LA ZONA DE
INFLUENCIA DEL SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS,
MUNICIPIO DE IPIALES, DEPARTAMENTO DE NARIÑO, AÑO 2013**

**MERY VIVIANA SOLARTE PATIÑO
DIELA GLADYS TONGUINO ARIAS**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesionales en Comercio Internacional y Mercadeo**

**ASESOR
ESP. DIEGO DE LA ROSA SALAZAR**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado, son responsabilidad del autor”

Artículo 1 del acuerdo N° 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

Diego de la Rosa Salazar
Asesor de tesis

Stella Zarama B
Jurado

Héctor Muñoz Martínez
Jurado

San Juan de Pasto, Febrero de 2014

DEDICATORIA

La memoria técnica del proyecto de grado la dedico a Dios y la Virgen del Santuario de las Lajas, por ser mi fortaleza en los momentos más difíciles, y bendecirme con una madre que me apoyara en todo momento convirtiéndose en el pilar fundamental de mi vida, a ellos, a mis familiares y amigos que han sido mi guía y ejemplo.

Gracias, y que Dios y a la Virgen de las Lajas los bendiga a todos por su amor y su apoyo incondicional.

MERY VIVIANA

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios por el núcleo familiar en que me hizo nacer, a mi madre que es la luz de mis ojos, a mi padre que me enseñó a vivir la vida, sin limitaciones y sin imposibles, a mis hijos que han sido la motivación más grande para alcanzar las metas que me he propuesto. Este proyecto de grado es un esfuerzo de toda mi familia y las personas que me quieren.

Gracias familia este gran paso es por ustedes y para ustedes.

DIELA GLADYS

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestras familias por el apoyo que nos han brindado a lo largo de la realización de este proyecto de grado, a los funcionarios de Corplolajas quienes nos apoyaron y ayudaron en la recopilación de información e investigación durante el periodo de realización de proyecto de Mercadeo Turístico para zona de influencia del municipio de Ipiales y a la Universidad de Nariño por su apoyo a través nuestro asesor y jurados, asignados por el programa de Comercio Internacional y mercadeo, quienes fueron un gran apoyo y guía para la elaboración del presente documento y para la búsqueda de información.

Así mismo queremos agradecer a todas las personas que estuvieron inmersas de una u otra manera en el proyecto y en especial al Ingeniero Ricardo Obando Reyes Director Ejecutivo de Corporación las Lajas.

Especialista Diego de la Rosa Asesor del Proyecto.

Especialista Stella Zarama Jurado del Proyecto.

Especialista Héctor Muñoz Martínez Jurado del Proyecto.

RESUMEN

El Departamento de Nariño es caracterizado, por sus paisajes, reservas naturales, centros culturales y religiosos que tiene un atractivo especial que hacen que el turista se sienta atraído por visitar nuestro Departamento y por ende los hermosos parajes turísticos.

Es necesario construir un instrumento de acción colectiva que conlleve a hacer de la empresa turística en Nariño una poderosa herramienta de transformación social generando un turismo sostenible, entendido como el equilibrio del crecimiento económico con el mejoramiento de la calidad de vida de la población y de la disponibilidad de recursos y medio ambiente al menos en las condiciones actuales, es un instrumento que contribuye a la construcción de tejido social, meta prioritaria a la cual se está aglutinando el país, la sostenibilidad se la define como “Ecoturismo”, “Turismo verde o turismo responsable”, la misma trata de alertar que los recursos que la tierra posee y por tanto el desarrollo turístico es también limitado sobre todo en lugares específicos.

El turismo, activa la economía y por lo tanto genera riqueza, que desde la perspectiva de construcción social de región debe servir para la redistribución del ingreso, permite hacer uso racional de los recursos, lo que se garantiza la sostenibilidad en un largo plazo, además promueve valores, tradiciones, usos y costumbres, lo cual reafirma la identidad de la región, incentiva a invertir en infraestructura lo que permite potenciar la conectividad y funcionalidad del territorio, lo anterior conduce a plantearse retos en el presente estudio denominado “Plan Estratégico de Mercadeo Turístico para la Zona de Influencia del Santuario de nuestra Señora de las Lajas, Municipio de Ipiales” que acompañados de la voluntad individual, la voluntad política y la acción colectiva, hace posible alcanzar las metas y sueños propuestos en este proyecto.

ABSTRACT

The Department of Nariño is characteristic, for his landscapes, environment, and cultural centers and religious that has special attractive to make that the tourist to sense attraction for visit our Department and the beautiful landscapes tourist.

Is necessary to construct an instrument of action collective to carry have of the tourist enterprise of Nariño a powerful tool of transformation social generating a tourist travel sustained, understand like the equilibrium of growing economy with the improvement of the quality the life of populating and the available of recourses and environment in conditions at present, is an instrument to contribution at the construction social weave, main objective at the which is to mass together the country, the sustained is definite like "Green Tourist" and "Responsibility Tourist" , it is treat of watchful that the recourses that the earth have and for supposed tourist development also is limitation in specific sites.

The tourist, active the economy and for supposed generating riches, that since the perspective of construction social of the region it must be or serve for the distribution of entrance, permit make it use rational of the recourses, the to guarantee the sustained in term long, moreover promote values, traditions, uses and custom, the which affirm the identity of the region, incentive to invert in structure, the that permit potency the connection and functioning of territory, toward the front conduct to establish objectives in the present study denomination "Planning Strategy of Tourist Marketing for the Influence of Sanctuary of the Lajas, Ipiales City" to accompany the individual desire, politic desire, collective action, it make be overtake the objectives and dreams proponer in the project.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1.TITULO	20
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.1.1 Formulación del Problema	22
1.1.2 Sistematización del Problema	22
1.2 OBJETIVOS	22
1.2.1 Objetivo general	22
1.2.2 Objetivos específicos	22
1.3 JUSTIFICACIÓN	23
1.4 MARCO TEÓRICO	24
1.4.1 Marco contextual	27
1.4.2 Marco conceptual	32
1.5 MARCO LEGAL	35
1.5.1 Ley general del turismo	35
1.5.2 Decreto 1101	36
1.5.3 Promoción del patrimonio histórico y cultural	37
1.5.4 Convención de la UNESCO	37
1.5.5 Ley 300 de 1996	37
1.5.6 Plan Nacional de desarrollo 2007-2010	38
1.5.7 Documento CONPES 3397 del 2005	38
1.5.8 Plan sectorial de turismo	38

1.5.9 Documento CONPES 3303	37
1.6 COBERTURA DE ESTUDIO	40
1.6.1 Temporal	40
1.6.2 Espacial	40
1.6.3 Variables de estudio	40
1.6.4 Variables de investigación	40
1.7 METODOLOGÍA	41
1.7.1 Tipo de estudio	41
1.7.2 Tipo de investigación	41
1.8 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	41
1.8.1 Fuentes primarias	41
1.8.2 Fuentes secundarias	42
1.9 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	42
2. DIAGNÓSTICO Y POSICIÓN COMPETITIVA ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA MUNICIPIO DE IPIALES	43
2.1 PERFIL ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA	45
2.1.1 Generalidades	45
2.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO	46
2.2.1 Entorno político	46
2.2.2 Entorno económico	47
2.2.3 Entorno social	49
2.2.4 Entorno tecnológico	50
2.2.5 Entorno ecológico	51

2.2.6 Entorno legal	52
2.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)	53
2.4 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)	55
2.5 DESCRIPCIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO SANTUARIO DE LAS LAJAS	56
2.5.1 Ubicación Santuario de las Lajas	56
2.5.2 Arquitectura del Santuario	57
2.5.3 Análisis del corregimiento de las Lajas	58
2.6 MATRIZ D.O.F.A.	59
2.7 ESTADO ACTUAL SECTOR TURÍSTICO ZONA DE INFLUENCIA	61
2.7.1 Análisis valor agregado zona de influencia turística	64
2.8 COMPARATIVO DE LOS SISTEMAS DE TELEFÉRICO CERCANOS A LA ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA	69
2.8.1 Análisis teleférico de Quito	69
2.8.2 Análisis teleférico de Café	71
2.8.3 Análisis teleférico de Monserrate	73
2.9 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC)	76
3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO SANTUARIO DE LAS LAJAS	77
3.1 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	77
3.2 SÍNTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	99
3.3 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA	101
4. PLAN DE ACCIÓN ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA	107

4.1 PROPUESTA DISEÑO PÁGINA WEB	110
4.2 TECNOLOGÍAS A UTILIZAR	110
4.3 ORGANIZACIÓN PÁGINA WEB	111
4.4 PROPUESTA PORTAFOLIO PRODUCTOS Y SERVICIOS	113
CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES	116
BIBLIOGRAFIA	117
NEGRAFIA	118
ANEXOS	120

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Importancia relativa del turismo	29
Cuadro 2. Ranking mundial de países turísticos	29
Cuadro 3. Items de competitividad turística	30
Cuadro 4. Datos generales municipio de Ipiales	45
Cuadro 5. Matriz de evaluación de factores externos	54
Cuadro 6. Matriz de evaluación de factores internos	55
Cuadro 7. Matriz D.O.F.A	59
Cuadro 8. Capacidad del sector turístico zona de influencia Santuario de las Lajas	61
Cuadro 9. Situación actual del sector turístico zona de influencia	62
Cuadro 10. Matriz de riesgo del atractivo turístico	66
Cuadro 11. Matriz de perfil competitivo	76
Cuadro 12. Lugar de procedencia del turista	77
Cuadro 13. Motivo o razón para visitar el santuario	78
Cuadro 14. Fuentes de información para visitar el santuario	79
Cuadro 15. Duración de visita Santuario de las Lajas	81
Cuadro 16. Valoración aspectos Santuario de las Lajas	82
Cuadro 17. Grado de satisfacción de la visita santuario	83
Cuadro 18. Factores de menos gusto con la visita	85
Cuadro 19. Factores de más gusto con la visita	86
Cuadro 20. Gasto medio realizado durante la visita	88

Cuadro 21. Distribución del gasto durante la visita	89
Cuadro 22. Grado de valoración del comercio	90
Cuadro 23. Establecimientos comerciales demandados	92
Cuadro 24. Valoración de aspectos del transporte	93
Cuadro 25. Intención de volver al santuario	95
Cuadro 26. Resumen de las encuestas	97
Cuadro 27. Tipo de servicios que ofrecen los operadores	101
Cuadro 28. Medios para ofrecer servicios turísticos	102
Cuadro 29. Segmento al cual se dirigen los servicios	103
Cuadro 30. Factores que lo hacen diferente a la competencia	104
Cuadro 31. Promoción de los servicios turísticos	105
Cuadro 32. Participación en ferias del turismo	106
Cuadro 33. Plan de acción	107
Cuadro 34. Tecnologías utilizadas	110

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Turismo a nivel mundial	28
Figura 2. Ubicación del Santuario de las Lajas	57
Figura 3. Ubicación corregimiento de las Lajas	59
Figura 4. Ruta del teleférico Santuario de las Lajas	65
Figura 5. Teleférico de Quito	70
Figura 6. Teleférico Parque del Café	72
Figura 7. Teleférico de Monserrate	74
Figura 8. Perfil del turista Santuario de las Lajas	77
Figura 9. Razones para visitar el Santuario de las Lajas	78
Figura 10. Fuentes de información Santuario de las Lajas	80
Figura 11. Tiempo de visita en el Santuario de las Lajas	81
Figura 12. Valoración aspectos del Santuario de las Lajas	82
Figura 13. Grado de satisfacción de la visita	84
Figura 14. Factores de menos gusto del santuario	85
Figura 15. Factores de más gusto del santuario	87
Figura 16. Gasto promedio durante la visita	88
Figura 17. Distribución gasto promedio durante la visita	89
Figura 18. Valoración establecimientos comerciales	91
Figura 19. Tipo de establecimientos comerciales	92
Figura 20. Valoración aspectos del transporte	94
Figura 21. Intención de volver a visitar el santuario	95

Figura 22. Tipo de servicio que ofrecen los operadores	101
Figura 23. Medios utilizados para ofrecer servicios	102
Figura 24. Segmento al cual se dirigen los servicios	103
Figura 25. Factores que los diferencian de la competencia	104
Figura 26. Herramientas de promoción servicios.	105
Figura 27. Participación en ferias turísticas	106
Figura 28. Estructura página web	112
Figura 29. Portafolio productos y servicios	113

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A.Encuesta dirigida a los turistas que visitan el Santuario de las Lajas	121
Anexo B.Entrevista dirigida a las agencias turísticas	125

INTRODUCCIÓN

El plan estratégico en mercadeo Turístico para la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas debe desarrollarse de forma clara y ordenada, por lo cual hemos trabajado con el segmento de turistas, previamente identificados por el grupo investigador, tomando como referencia las características de este segmento del mercado.

Teóricamente, para alcanzar los objetivos trazados se acude a los conceptos propios del turismo y a todo el escenario que implica acceder a la elaboración de un plan estratégico en mercadeo turístico para la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas. Además, es fundamental apropiarse del bagaje teórico que en materia de turismo existe en el mundo y el que regula la legislación colombiana.

Metodológicamente, para establecer un plan estratégico es fundamental la recolección de la información que puedan suministrar los turistas, por lo tanto, se ha diseñado una encuesta auto administrada, todo encaminado a conocer sus actitudes y motivaciones al momento de visitar el santuario de Nuestra Señora de Las Lajas. Además, se hará uso de una serie de matrices pertinentes de diagnóstico y de contrastación, las cuales son afines con el ámbito de la competencia.

El Plan Estratégico en mercadeo Turístico para la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas busca desarrollar un proceso dividido en dos fases. La Primera; comprende la determinación y descripción del mercado objetivo, alterno y contingente. Buscando establecer los más aptos para la oferta del servicio turístico del Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas, así como también el análisis de variables del micro y macro entorno.

Y la segunda fase, busca la construcción de un plan de acción basado en estrategias como la sensibilización y formación en cultura turística; la planificación y gestión turística; la línea de Apoyo a Micro, Pequeños y Medianos Empresarios en cuanto a administración, gestión, competitividad, comercialización y promoción del turismo.

1. TÍTULO

PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO TURÍSTICO PARA LA ZONA DE INFLUENCIA DEL SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS, MUNICIPIO DE IPIALES, DEPARTAMENTO DE NARIÑO, AÑO 2013.

Línea de Investigación

Desarrollo Regional y Procesos de Internacionalización

Sublínea de Investigación

Proyectos y Estrategias de Comercio Internacional

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

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

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

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

Actualmente, las empresas turísticas se han visto beneficiadas; a esto se le debe sumar que hoy en día muchos de los países industrializados, especialmente los Europeos, cuentan con mayor tecnología, mayor flexibilidad en sus jornadas laborales, puesto que en la actualidad muchos trabajadores de los países desarrollados mantienen trabajos que les permiten disfrutar de largas horas para

compartir con su familia momentos de recreación y de descanso, es decir, en estos países se ha iniciado “la era del tiempo libre”, esto se ha convertido en una gran oportunidad para que este sector sea un dinamizador de procesos económicos especialmente para regiones como Latinoamérica, consideradas estratégicas por su biodiversidad, cultura y gran potencial para mantener un desarrollo sostenible y sustentable.

De acuerdo con los antecedentes descritos el sector turístico a nivel mundial y de Latinoamérica cuenta con un gran potencial, sin embargo en nuestra región la falta de un plan de mercadeo o una adecuada planeación estratégica en la zona de influencia del Santuario de las Lajas del municipio de Ipiales ha conllevado a la región a desaprovechar las oportunidades que brinda un mercado tan atractivo como el turístico y las fuerzas competitivas y comparativas con que cuenta la zona de influencia, a su vez esta situación ha impedido desarrollar una estrategia agresiva que garantice el crecimiento y la estabilidad socioeconómica en el futuro de los actores involucrados en este sector así mismo, como de la región en general¹

Es por ello que dentro de esta investigación se plantea la formulación de un plan estratégico de mercadeo turístico para la zona de influencia del santuario de las Lajas en el municipio de Ipiales con el propósito de aprovechar las bondades con que cuenta el atractivo turístico del santuario de las Lajas concebido como un conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico de grandes proporciones para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando a través de flujos de desplazamiento desde su lugar de residencia habitual hacia el territorio del santuario de las Lajas, este último transformado de esa manera en un destino turístico.

Además con el diseño y la formulación del presente plan de mercadeo se posibilitara en primer lugar el Diagnostico situacional del ente Corpolajas, donde se realizara un análisis de cada una de las áreas involucradas en este plan, áreas tales como la administrativa, financiera, de los recursos humanos, infraestructura, tecnología, de rituales, normas técnicas y mercadeo que permitan elaborar un análisis detallado del ente y tanto un contraste de toda la capacidad organizacional frente al aprovechamiento del mercado de turismo.

En segunda instancia se aplicara una investigación de mercados utilizando como herramientas la encuesta y la entrevista para determinar o medir las percepciones que tienen los (Turistas o Excursionistas) del atractivo turístico Santuario de las Lajas zona.

¹GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. Plan Turístico de Cundinamarca. Extraído de: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=65678>[Citado el 11 Noviembre del 2012]

En tercera medida se realizara un plan operativo o plan de acción dirigido a aprovechar las oportunidades y bondades de la zona influencia del atractivo turístico con base en los resultados obtenidos en la investigación de mercados y las percepciones del mercado, además con esta investigación se busca el posicionamiento estratégico del atractivo turístico para promover el reconocimiento organizacional de Corplolajas como un ente dinamizador del desarrollo regional.

1.1.1 Formulación del problema. ¿Cuáles son los factores del entorno (medioambiente interno y externo) que se deben tomar como referencia en el diseño del Plan Estratégico de Mercadeo Turístico para la Zona de Influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, Municipio de Ipiales, Departamento de Nariño?

1.1.2 Sistematización del problema

¿Qué factores (internos y externos del entorno) se deben tener en cuenta en el diagnóstico situacional de la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, Municipio de Ipiales con el objeto de diseñar el plan de mercadeo turístico?

¿La realización de la investigación de mercados permite a la zona de influencia del santuario de nuestra señora de las lajas conocer las principales expectativas y percepciones del mercado turístico?

¿Cómo diseñar el plan de acción o plan operativo que permita aprovechar las ventajas comerciales del sector turístico en la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general. Determinar los factores del entorno (medioambiente interno y externo) para diseñar el Plan Estratégico de Mercadeo Turístico para la Zona de Influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, Municipio de Ipiales, Departamento de Nariño, el cual permita dinamizar el sector turístico en la región.

1.2.2 Objetivos específicos

Identificar los factores (internos y externos del entorno) sobre los cuales se debe realizar el diagnóstico situacional de la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, Municipio de Ipiales con el objeto de diseñar el plan de mercadeo turístico.

Realizar la investigación de mercados para conocer las principales actitudes, percepciones y expectativas de los turistas potenciales de la zona de influencia del santuario de nuestra señora de las Lajas, municipio de Ipiales.

Establecer el plan de acción o plan operativo que permita aprovechar las ventajas comerciales del sector turístico en la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Las motivaciones que conllevan a realizar esta investigación se justifican en la importancia de aprovechar los recursos turísticos del santuario de nuestra señora de las Lajas, además de conocer las necesidades específicas de los turistas, buscando la satisfacción de sus necesidades y expectativas, para así tener bases al momento enfrentar los diferentes retos y amenazas del mercado turístico.

La importancia de realizar un Plan Estratégico en mercadeo Turístico para la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas es plantear una propuesta que permita el desarrollo de la región, mediante los recursos turísticos, existentes en el corregimiento de las Lajas, que conlleven a establecer estrategias de uso, manejo y promoción de turismo adecuadas, teniendo en cuenta que el principal objetivo de este proyecto es mejorar la calidad de vida de la comunidad, mediante estrategias que permitan brindar un mejor servicio turístico a los visitantes del Santuario de las Lajas.

En la actualidad, el turismo está siendo respaldado por los diferentes entes gubernamentales que han destinado recursos económicos a proyectos de este tipo, por ende el promover un *Plan de Mercadeo Turístico para la Zona de Influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas en alianza con Corporación las Lajas* es una iniciativa que contará con el apoyo del gobierno central para el posicionamiento estratégico del Santuario de las Lajas en el mercado turístico nacional, es por ello que el diseño de un plan de mercadeo para este atractivo turístico juega un rol muy importante para dar a conocer, preservar, conservar y disfrutar el turismo, aunado a ellas las características de las maravillas arquitectónicas del santuario "*Un Milagro de Dios en el Abismo*", los efectos

positivos que genera el manejo adecuado de este tipo de turismo desde una perspectiva de mercado, trae como consecuencia en un mediano plazo, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico- religioso y el desarrollo socioeconómico de las lajas.

Los objetivos alcanzados en la presente investigación serán una herramienta útil para el clima de negocios y el comercio turístico del corregimiento de las lajas, puesto que permitirá conocer las fortalezas, debilidades y las fuerzas competitivas que se presentan en lo referente al servicio al cliente y satisfacción de necesidades facilitado de esa manera el establecimiento de estrategias y planes de acción que conlleven al incremento de visitas al Santuario de Nuestra Señora de las Lajas.

1.4 MARCO TEORICO

La investigación en los distintos campos del conocimiento humano cada día concede más importancia y atención a cuanto implica la actividad creadora, por la convicción de que el desarrollo de la persona humana, de las organizaciones, las empresas y la sociedad en general se da en proporción directa en su poder creado o creador².

Por otro lado, el trabajo de grado que se presenta tiene como uno de sus objetivos principales diseñar un plan de mercadeo turístico en la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, por lo cual es de suma importancia dentro de esta investigación partir de diversos conceptos de mercadeo que nos guie en todo el desarrollo del trabajo.

La planificación en marketing: adquiere una especial relevancia, sobre todo, si forma parte de un mix de comunicación, es en pocas palabras, la coordinación de las diversas etapas de concepción y producción de los elementos publicitarios hasta su distribución y la valoración de los resultados, exige, por tanto una selección previa de "targets" de medios y de la frecuencia con la que se abordara al receptor potencial. La planificación de estas etapas significa asignar tiempos y recursos a menudo de forma coordinada con otras acciones paralelas (publicidad general, promociones etc.) la utilización de listas de control facilita seguimiento de la planificación³.

²LÓPEZ, Quintas. La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Extraído de www.inder.cu/.../P%20S%20DE%20LA%20CIENCIA%20Y%20LA%20... [Citado el 14 Noviembre del 2012].

³OSORIO, Cristobal. Diccionario de Comercio Exterior. Bogotá: Ecoe. 2006

Plan de mercadeo: *un plan de mercadeo es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado, puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de productos, también puede hacerse para toda la actividad de una empresa, su periodicidad puede depender del tipo de plan a utilizar pudiendo ser desde un mes hasta cinco años por lo general son a largo plazo, el plan de mercadeo está integrado por los siguientes componentes: descripción de la situación actual del producto, resumen del análisis de la situación, estudio de mercado, estrategias de mercadeo, implementación del plan operativo y análisis financiero*⁴.

Planeación estratégica: *“es aquella parte de la planificación económica de la empresa que se caracteriza por tener un horizonte temporal a más largo plazo y no partir de unos objetivos preestablecidos, sino que esos objetivos se elaboran durante el transcurso del propio proceso planificador”*⁵. De acuerdo con los anteriores conceptos sobre planeación estratégica y plan de mercadeo nos plantea que toda empresa u organización antes de incursionar en el mercado debe tener claridad sobre sus debilidades y fortalezas, es decir, que la empresa debe de iniciar por fortalecer su estructura organizacional de esta manera evaluar su competitividad, de ser necesario realizar la respectiva retroalimentación para iniciar dicho proceso.

Investigación de mercados: *el objetivo de todo estudio de mercados debe estar directamente relacionada con los objetivos de mercadeo, como en todos los demás segmentos del plan de mercadeo, las actividades investigativas solo se justifican en la medida en que constituyen a que la empresa, cumpla con sus objetivos globales, cuando se considera el estudio de mercados, desde este punto de vista, toda investigación mal orientada quedara eliminada, el estudio de mercado es un elemento transcendental del plan de mercadeo por que proporciona información de toda empresa que necesita tener para tomar las mejores decisiones, toda empresa debería conocer las respuestas a estos cinco interrogantes: ¿Cuál es el grupo objetivo?, ¿Qué desean los clientes?, ¿Qué les ofrece la competencia?, ¿Qué puede ofrecerles la empresa?, ¿Qué creen los clientes que le está ofreciendo la empresa*⁶?

Análisis situacional actual: *después de haber decidido en que negocio se encuentra la empresa, se debe realizar un examen cuidadosamente de la situación actual de un negocio particular, este análisis puede incluir el tamaño y el*

⁴NARANJAMARKETING. COM. Planes de marketing.Extraído de: http://www.naranjamarketing.com/mercadeo/planes%20_marketing.html [Citado el 14 Noviembre del 2012]

⁵SUAREZ SUAREZ, Andrés S. Economía y Administración. España: McGraw-Hill Interamericana, 1992. Pag. 218.

⁶TORRES, N. Idea de negocio. Extraído de: <http://ntorres.blogia.com/2010/070201-idea-de-negocio.php> [Citado el 16 Noviembre del 2012]

crecimiento o descenso del mercado, la tecnología, los reglamentos, las plazas, y las condiciones, la fijación de precios, la distribución, las barreras de acceso, los puntos fuertes y débiles de sus competidores, así como sus propios puntos fuertes y débiles.

AnálisisMEFE: es el análisis de evaluación de factores externos que permitirá a los estrategas resumir y evaluar toda la información externa, como son las variables ambientales decisivas, predicciones ambientales determinantes en la matriz de perfil competitivo, en el desarrollo de la MEFE habrá de utilizarse vicios de tipo subjetivo, por ello, esta herramienta de formulación estratégica no debe usarse en forma indiscriminada, los procedimientos requeridos para la construcción de la MEFE son ejercer una lista de amenazas y oportunidades decisivas⁷.

Análisis MEFI: esta matriz suministra una base para analizar las relaciones internas entre las áreas de la empresa, es una herramienta analítica de formulación de estrategia que resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes de la gerencia, el mercadeo, las finanzas, producción, recursos humanos, e investigación y desarrollo, para desarrollar esta matriz se necesita de vicios subjetivos por ello, la apariencia de ser un enfoque científico no debe creer que se trata de una herramienta todo poderosa, todas las herramientas analíticas pueden llegar a usarse en forma incorrecta si se aplican indiscriminadamente, se requieren cinco pasos para el desarrollo de una MEFI, identificar las fortalezas y debilidades claves de la organización y con ello hacer una lista clara del procedimiento aquí detallado debilidad importante, debilidad menor, fortaleza menor, fortaleza importante⁸.

Gerencia de ventas: esta forma de gerencia, se basa en los programas de motivación desarrollados por científicos dedicados al estudio del comportamiento humano: Herzberg, Maslow, Mc Gregor y liker ellos señalan el hecho de que la motivación positiva está basada en la satisfacción proporcionada por el empleo que se desempeña y en el grado que este permite el desarrollo, la realización, la responsabilidad, y el reconocimiento personal del individuo.

“La supervisión también se simplifica, ya que los vendedores se supervisan ellos mismos sus planes personales para lograr importantes objetivos cuantificables que están claramente definidos, los problemas se identifican durante unas sesiones en las que se presentan los informes entre reuniones el gerente de ventas puede hacer visitas sorpresivas a aquel territorio donde hay vendedores individuales que necesitan mejorar su desempeño. Los objetivoscuantificables de ventas deben ser establecidos por los vendedores, porque ellos son quienes conocen mejor el

⁷UPICSA. Matriz de evaluación del factor externo. Extraído de:
[http:// www.sities.com.upiicsaipn.mx](http://www.sities.com.upiicsaipn.mx) [Citado el 14 Noviembre del 2012]

⁸UPICSA. Matriz de evaluación del factor interno. Extraído de:
[http:// www.sities.com.upiicsaipn.mx](http://www.sities.com.upiicsaipn.mx) [Citado el 14 Noviembre del 2012]

potencial de sus territorios y debe dárseles la oportunidad de fijar su propias medidas de desempeño esto no significa que los gerentes de ventas no deban incrementar las ventas cuando sean consideradas bajas, pero esto no debe hacerse sin antes discutir con el vendedor, lo importante en este anuncio es que los vendedores tengan la oportunidad de desarrollar sus metas y planes propios⁹.

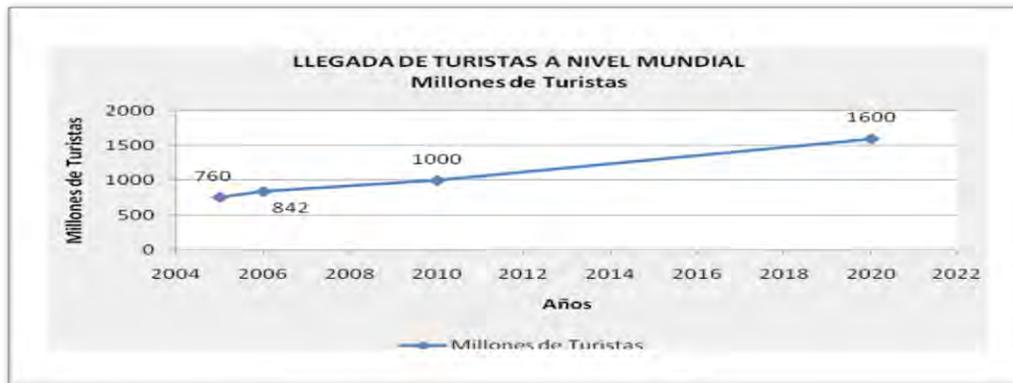
1.4.1 Marco contextual. En la actualidad el turismo se ha constituido en una de las industrias que presenta un crecimiento progresivo, aumentando de esta manera su protagonismo dentro de las economías de muchos países. A este fenómeno, le ha ayudado diversos factores que han fomentado el auge y la consolidación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

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

Es a raíz de estas tendencias y comportamientos del consumidor, que el turismo se está incrementado hasta el punto de establecer la OMT, que para el 2020, sean 1600 millones de turistas los que viajen alrededor del mundo, para el año 2006 se registraron “842 millones de llegadas y un crecimiento de 4,5 %”, superando de esta manera toda clase de expectativas. “Las últimas cifras del Barómetro OMT del Turismo Mundial parecen indicar que el 2007 consolidará esa evolución, y se convertirá en el cuarto año de crecimiento sostenido”

⁹GOOGLE.DOCS. plan de mercado. Extraído de:
https://docs.google.com/document/d/1impJIMRKp7l3ulbgj6B1cXv5Z9yEmDWoClyXai7_YrE/edit?hl=es. [Citado el 14 Noviembre del 2012]

Figura 1. Turismo a nivel mundial



Fuente. Organización Mundial del Turismo (OMT).

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

El turismo, además, posee factores internos que incrementan su valor social y económico, entre los que habría que destacar: la elevada intensidad de los recursos humanos que necesita, por la que actualmente uno de cada doce empleos en el mundo, es generado (directa o indirectamente) por el turismo. En este sentido, se estima que el empleo en la industria del turismo en todo el mundo, asciende a 192,2 millones de puestos de trabajo (uno de cada 12,4 empleos en el sector formal); para 2013, esta cifra ascendió a 251,6 millones de puestos de trabajo. Esto incluye el empleo generado por las actividades conexas que genera, incluido el impacto de los proveedores de la industria del turismo¹⁰.

Por su parte el peso del turismo sobre la balanza comercial mundial es de 6%, No obstante, la OMC estimó que en el 2005 el turismo fue el segundo producto de exportación mundial después del petróleo que gracias a su precio tuvo un buen crecimiento ver cuadro 1.

¹⁰MINCIT.GOV. cifras sobre turismo. Extraído de:
<http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones.php?id=29843>. [Citado el 18 Noviembre del 2012]

Cuadro 1. Importancia relativa del turismo

Importancia relativa del turismo sobre la balanza comercial mundial	
Viajes/exportaciones	2003
	6%

Fuente. Organización Mundial del Turismo (OMT).

En marzo del año 2010 la organización mundial del turismo (OMT) publicó un documento dentro del cual se establecía el ranking de competitividad del sector turístico a nivel mundial, este documento muestra como América Latina tiene un buen desarrollo turístico debido a que existen países, como Costa Rica, Chile, México, República Dominicana, Panamá, Uruguay, Brasil y Argentina que se destacan por tener una alta demanda turística extranjera, ver cuadro 2.

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

En el caso de Costa Rica, le fue bien porque tiene políticas para desarrollar el sector turístico, aprovechando sus recursos naturales, a través de "acuerdos bilaterales de servicios aéreos, escasos requisitos para la obtención del visado y un entorno propicio para las inversiones extranjeras¹¹".

Cuadro 2. Ranking Mundial de Países Competitivos en Turismo

Ranking mundial de los países más competitivos en turismo			
N°	País	N°	País
1.	Suiza	41.	Costa Rica
2.	Australia	45.	Chile
3.	Alemania	49.	México
4.	Islandia	50.	República Dominicana
5.	Estados Unidos	55.	Panamá
6.	Hong Kong	56.	Uruguay
7.	Canadá	59.	Brasil
8.	Singapur	64.	Argentina
9.	Luxemburgo	72.	Colombia
10.	Reino Unido	124.	Chad.

Fuente: World Economic Forum.

¹¹MINCIT.GOV. cifras sobre turismo. Extraído de:
<http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones.php?id=29843>. [Citado el 18 Noviembre del 2012]

Colombia ocupa el puesto 72 en el ranking de competitividad turística. En cuadro 3 se presentan los Ítems más importantes en cuanto a la calificación de Colombia:

Cuadro3. Ítems de Competitividad

Ítems de Competitividad	
Capacitación del personal	Puesto 67 con un puntaje de 3,5; 0,2 por debajo de la media (primer puesto Suiza)
Calidad en infraestructura aérea	Puesto 53 con un puntaje de 4,9 (Singapur)
Calidad en infraestructura vial	Puesto 87 con un puntaje de 2,6; 1,1 por debajo de la media (primer puesto Singapur)
Costos comerciales del terrorismo	Puesto 122 con un puntaje de 3; 2 por debajo de la media (primer puesto Finlandia)
Costos comerciales del crimen-violencia	Puesto 101 con un puntaje de 3; 1,3 por debajo de la media (primer puesto Islandia)

Fuente. WorldEconomicForum.

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

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

Además tiene un impresionante legado cultural prehispánico y colonial. El patrimonio folclórico es inmenso y diverso, posee 5 lugares declarados patrimonio histórico y cultural de la humanidad. Colombia también es el primero en

producción de esmeraldas, el cuarto en carbón, en níquel y tiene una reserva potencial de 37 billones de barriles de petróleo.

Según el documento TheTravel&TourismCompetitive Ness Report 2007 del Foro Económico Mundial se establece que Colombia para el año 2005 registró 933.000 entradas de turistas internacionales que dejaron divisas por un valor de US\$1.218.000.000 de dólares estadounidenses.

Por su parte, el vice ministerio de Turismo establece dentro de su conferencia Retos y Oportunidades para El Turismo Colombiano en el Marco del TLC Estados Unidos – Colombia, que para el año 2005 la ocupación hotelera era de 56.47%, con un tráfico aéreo de pasajeros nacionales igual a 7.756.875, con un paso vehicular por peajes de 28.207.190, además establece que el turismo colombiano creció para el año 2005 dentro de un rango de 2.20% - 2.25%y que genero 361.890 (9940 empleos más que en el año 2004)¹².

En la Actualidad el turismo para Nariño ha sido considerado dentro de las 12 cadenas productivas a desarrollar en los diferentes planes de desarrollo, planes sectoriales y planes prospectivos. Esto basado en su potencial para la generación de progreso social y económico de las comunidades, sin embargo, existen un alto grado de inequidad en cuanto a la gestión de proyectos y recursos. Es notable como la oficina departamental de turismo, genera una desigualdad en cuanto a campañas de promoción en sitios predeterminados dejando de lado otros de igual o mayor importancia a nivel turístico. Un ejemplo de esta situación es la del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, el cual desde el año 2005, no ha tenido una caravana turística departamental establecida como si la tienen Tumaco, Bocagrande, La Cocha, o Tajumbina en la cruz Nariño¹³.

Esto obliga a generar soluciones que permitan el aprovechamiento de las características humanas, naturales, culturales y Turísticas del Santuario, mediante propuestas que permitan el uso y manejo adecuado de los recursos con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las comunidades, diversificando servicios con el propósito de empezar a redirigir el flujo turístico a un sitio que hasta el momento se ha mantenido mediante el flujo natural, que puede ser considerado como la base para el fomento y progreso de esta actividad en el municipio de Ipiales, pero que siempre estará allí por las tendencias a la religiosidad de la personas. Para

¹²Estadísticas del Sector Turismo que desarrolla el Viceministerio de Turismo no reflejan la realidad de la Industria Turística, sin embargo, por el manejo de los valores agregados de actividades como: Hoteles, Bares y Restaurantes, es lo más acertado posible. Extraído de: http://www.eclac.cl/.../Cambios_institucionales_negociacion_TLC_Colombia_... [Citado el 18Noviembre del 2012]

¹³PLANEACIÓN DEPARTAMENTAL.Plan de Desarrollo Departamental, Planes de desarrollo municipales, Plan Sectorial de Turismo y plan prospectivo de Nariño Visión 2030.

esto se hace necesario realizar una promoción a través del diseño de estrategias comerciales y la conformación de una cadena turística eficiente y fortalecida por los componentes de la actividad turística y entidades de apoyo a este sector; que promuevan el desarrollo social, sostenible y económico de las comunidades de zona de influencia del Santuario de las Lajas.

El Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, construido en honor a la Virgen de Nuestra Señora del Rosario de Las Lajas; visitado por millares de peregrinos y turistas, principalmente en su fiesta del Quincenario durante el mes de septiembre al igual que en temporada de la Semana Santa, fin y comienzo de año, hasta el momento solo ha podido generar esa movilidad gracias a ser denominado como *“Un milagro de Dios sobre el abismo”* la religiosidad y fe de los peregrinos, lo cual le ha permitido ser reconocido a nivel regional, nacional e Internacional como un atractivo religioso; dejando de lado otros atractivos como los arquitectónicos, iconográficos, monumentales, naturales y etnográficos. No obstante, este sitio turístico no ha tenido la publicidad y el cuidado que se merece, a él llega la clasificación de turista natural que puede considerarse como el que llega al lugar sin tener en cuenta la competitividad y productividad del sitio, sino que solo se dirige a él buscando satisfacer una necesidad social o espiritual como lo es la religiosidad y fe. Sin embargo, las tendencias del mercado siguen cambiando, esto hace reflexionar en cuanto a los temas y elementos que rodean el turismo y llevan a investigar el posible accionando en mejoras para los diversos sectores involucrados en la toma de decisión para un viaje de turismo, en donde generalmente el destino es el principal elemento a considerar, es decir, a dónde se quiere ir y por qué, esta decisión incluye también la elección del resto de los factores que hacen posible el viaje: el transporte, el alojamiento, la alimentación, la promoción de los elementos adicionales como los culturales y recreacionales. Factores con los cuales la región debe contar si el principal fin es la elaboración de un Plan Estratégico Turístico para la Zona de Influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, Municipio de Ipiales.

1.4.2 Marco conceptual

ATRACTIVO TURÍSTICO: El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

AGROECOTURISMO: Forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible; se caracteriza por ser sitios con poca

intervención antrópica, conocido también como ecoturismo, es entendido como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consiste en viajar o visitar áreas poco disturbadas con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar sus atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre).

AGENCIAS DE TURISMO: Empresas organizadas como sociedades de comercio que se dedican al negocio de viajes y promoción turística, además sirven de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos.

BALANZA TURÍSTICA: Confrontación del egreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

CALIDAD: La definición de calidad consiste en la medida en la cual un producto o servicio se ajusta a las especificaciones o requerimientos para una tarea o función dada.

CENTRO TURÍSTICO: Lugar que debido a sus atracciones turísticas, su ubicación y comodidades turísticas se convierte en objeto de demanda turística, siempre y cuando cumplan con: atracción turística, facilidades de acceso y alojamiento.

COMPETITIVIDAD: la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores, la competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido.

CLUSTERS: Regiones geográficas acotadas, que actúan coordinada o unificadamente en función de las estrategias de mejoramiento de la oferta para el turismo receptivo.

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL: Es una herramienta de gran utilidad que permite conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento sobrevivencia y desarrollo, esta herramienta incluye formulación de planes, presentación de resultados, elaboración de cronogramas, seguimiento de programas y medición de los programas.

ESTABLECIMIENTOS GASTRONOMICOS, BARES Y SIMILARES: Son aquellos establecimientos comerciales relacionados con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo.

ESTABLECIMIENTO HOTELERO: Es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días.

EMPRESA: Conjunto de factores de producción coordinados, cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica, el fin de la empresa ha consistido tradicionalmente en la obtención del máximo beneficio.

ESTRATEGIA: Es la manera en cómo enfoca una organización o institución su misión y objetivos, buscando maximizar sus ventajas y minimizar sus desventajas competitivas. Acciones necesaria para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización.

ETNOTURISMO: Turismo especializado que le permite al turista conocer la forma de vida, manejo ambiental y costumbres de los grupos étnicos con fines culturales, educativos, recreativos e históricos.

FODA: Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Conocidas como modelo de Porter. Se entiende como las amenazas y oportunidades las determinan las fuerzas externas a la empresa, así como las fortalezas y debilidades son parte interna de la empresa.

GUIAS TURÍSTICOS: Persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Es el proceso de identificación de clientes en los mercados internos y externos, con el fin de posicionar productos de oferta y demanda, teniendo en cuenta los factores de productividad, calidad y competencia.

MERCADEO TURÍSTICO: Es el conjunto de actividades, sistemas y políticas utilizadas por los que tienen negocios turísticos para promover y publicitar sus empresas.

ORGANISMOS DE TURISMO: Entidades del orden nacional, departamental y municipal que promueven el turismo en su respectiva jurisdicción territorial.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones interfuncionales que permitan a la organización llevando a cabo sus objetivos.

PLAN TURÍSTICO: Hace referencia al conjunto de servicios que una agencia de viajes y turismo ofrece en el mercado, en el cual se incluye transporte aéreo o terrestre, alojamiento, alimentación, paseos, seguro de viaje, traslados y en general todos los elementos que integran una propuesta para diversión.

PAQUETE TURÍSTICO: Conjunto de servicios en que se incluye alojamiento y una combinación de otros elementos tales como traslado, comidas, visitas locales, etc. que se vende a un precio global y que pueden ser adquiridos en un solo acto de compra.

PRODUCTO TURÍSTICO: Conjunto de prestaciones, tangibles o intangibles, que se ofrecen al mercado para atraer turistas.

PRODUCTIVIDAD: Es la capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta cantidad de bienes y productos con menos recursos, la productividad depende en alto grado de la tecnología.

PROMOCIÓN TURÍSTICA: Conjunto de acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un sitio.

SERVICIO: Se entiende por servicios a todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores.

TURISMO: La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.

TURISMO ECOLOGICO: Forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible; se caracteriza por ser sitios con poca intervención antrópica.

TURISMO DE FRONTERA: Viajeros que entran al país por los puertos fronterizos, como son: Maicao, Cúcuta, Ipiales, Leticia, entre otros.

TURISMO RELIGIOSO: Para visitar lugares sacrosantos y participar de rituales.

1.5 MARCO LEGAL

1.5.1 Ley general del turismo. Esta Ley tiene por objeto promover, fomentar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística en el país. Su aplicación es obligatoria en todo el territorio nacional y en los tres niveles de Gobierno: Nacional, Regional y Local.

La Ley General de Turismo está basada en unos principios que regulan la Actividad Turística y son los siguientes:

Desarrollo sostenible: el desarrollo del turismo debe procurar la conservación, preservación e integración del patrimonio cultural, natural y humano, mejorando la calidad de vida de las comunidades y fortaleciendo su desarrollo social, cultural y económico.

No discriminación: incentivar su práctica como un medio de desarrollo individual y colectivo, respetando la igualdad de hombres, mujeres y grupos vulnerables de la población.

Fomento de la inversión privada: incentivar la iniciativa privada por su contribución al desarrollo de inversiones, la generación de empleo y la promoción del turismo interno y receptivo.

Descentralización: fortalecer la participación e integración de los gobiernos regionales y locales en el proceso de desarrollo del turismo.

Calidad: promover la calidad de los destinos para la satisfacción de los turistas, así como acciones y mecanismos para garantizar sus derechos y seguridad.

Competitividad: promover la coordinación efectiva entre las instituciones del sector público y privado, a fin de consolidar el desarrollo de productos turísticos competitivos¹⁴.

1.5.2 Decreto 1101 del 22 de Noviembre. La nueva Ley de Turismo, con la cual se pretenden invertir en promoción turística a mediano plazo recursos por 20 mil millones de pesos, fue presentada por el ex presidente de la República, Álvaro Uribe Vélez. El Decreto 1101 del 22 de noviembre de 2006 define el marco legal para todas las empresas vinculadas con este importante sector de la economía nacional. La nueva ley modifica la anterior Ley 300 de 1996. El estatuto legislativo, aprobado anteriormente por el Congreso, fue sancionado por el ex presidente Uribe y contiene la normativa especial para la creación del Fondo de Promoción Turística, un mecanismo para recibir, ordenar, jerarquizar y distribuir, con equidad y de manera adecuada los fondos disponibles para el apoyo directo a iniciativas específicas. Esta nueva norma permitirá al país potencializar el sector turismo en la economía nacional, gracias al ingreso de nuevos recursos destinados a la competitividad, al mercadeo y a la promoción del país como destino turístico, tanto a nivel doméstico como internacional¹⁵.

¹⁴MINCOMEX. Ley general del turismo. Extraído de: <http://www.mincomex.gov.co>- ley general del turismo [Citado el 18 Noviembre del 2012]

¹⁵GOBIERNO EL LINEA. Decreto 1101. Extraído de: <http://www.gobiernoenlinea.gov.co> [Citado el 22 Noviembre del 2012]

1.5.3 Promoción del patrimonio histórico y cultural. La Política de Turismo que diseñe el Ministerio de Comercio Industria y Turismo deberá contener un plan específico y prioritario de proyectos de promoción y mercadeo relacionados con los sitios en Colombia, declarados por la Unesco como “Patrimonio Mundial de la Humanidad cultural o natural”.

La constitución de 1991 da especial trascendencia al tema de descentralización ya que desde el artículo 1 define al país como una República unitaria pero en el nivel departamental, la Constitución establece en su artículo 300, numeral 2, refiriéndose a las funciones de las Asambleas “Expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipio, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y desarrollo de sus zonas de frontera”.

Además de acuerdo con la “Política turística para una sociedad que construye la paz” la competitividad se impulsara a través de acuerdos regionales de competitividad, en la cual se identificará a través de un trabajo en equipo una visión de producto en el que los diferentes actores consideran que la región posee una ventaja comparativa importante¹⁶.

1.5.4 Convención de la UNESCO. Colombia se compromete como estado miembro de esta organización a desarrollar programas y acciones para contribuir a la creación o la consolidación de industrias culturales y a cooperar en el desarrollo de las infraestructuras y las competencias necesarias, a apoyar la creación de mercados locales viables y facilitar el acceso de los bienes culturales de Colombia al mercado mundial y a los círculos internacionales de distribución, a través de este instrumento internacional el gobierno colombiano ha obtenido la declaración del carnaval de Barranquilla como obra maestra del patrimonio oral e intangible de la humanidad y de palenque de san Basilio en la categoría de espacio cultural¹⁷.

1.5.5 Ley 300 de 1996. Ley general de turismo, que reconoce al turismo como una actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y de sus regiones e identifica las modalidades de turismo relacionadas con el aprovechamiento del patrimonio cultural, la norma establece igualmente que a través del plan sectorial de turismo se deben definir los elementos para que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en el ámbito cultural¹⁸.

¹⁶MINCOMEX. Promoción del patrimonio. Extraído de:

[http://: www.mincomex.gov.co](http://www.mincomex.gov.co) [Citado el 24 Noviembre del 2012]

¹⁷UNESCO. Declaración universal sobre la diversidad cultural Extraído de: unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf [Citado el 26 Noviembre del 2012]

¹⁸GOBIERNO EL LINEA. Ley 590 de 2000 y ley 300 de 1996. Extraído de:

<http://: www.gobiernoenlinea.gov.co> [Citado el 28 Noviembre del 2012]

1.5.6 Plan nacional de desarrollo 2007-2010.“Estado comunitario” “Desarrollo para todos” que da especial transcendencia al turismo, como sector exportador y de gran importancia para la recuperación de la economía y la confianza de las regiones, así mismo destaca el sector artesanal como fundamental para la productividad y la generación de empleo en las comunidades, este plan establece los lineamientos para la política de desarrollo empresarial, contempla el diseño e implementación de estrategias específicas de productividad y competitividad para las micro, pequeñas y medianas empresas para el sector artesanal, para el turismo y la producción de energías alternativas.

1.5.7 Documento CONPES 3397 de 2005.Reconoce que el turismo se ha constituido en un indicador del nivel de vida de la sociedad colombiana y es una importante fuente de ingresos de la economía, el documento propone lineamientos para el desarrollo del sector especialmente en materia de recuperación y sostenibilidad del patrimonio cultural y ambiental para la actividad, reconociendo a la cultura como un bien de consumo de primer orden que se constituye en un activo y un atractivo importante de nuestro país, el cual debe ser ofrecido con calidad a través del turismo.

1.5.8 Plan sectorial de turismo 2008-2010. “Colombia” “destino turístico de clase mundial”, que tiene como objetivo, consolidar los procesos regionales de turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos de clase mundial para los mercados nacionales e internacionales, este plan contempla como lineamiento específico la definición de las políticas para los productos de turismo especializado, como es el caso del turismo cultura.¹⁹

1.5.8 Documentos CONPES 3303.*(Acompañamiento al proceso del plan estratégico prospectivo Nariño 2030).*

“En materia de *turismo*, el Departamento cuenta con un gran número de sitios de interés y un enorme potencial para el agro ecoturismo, gran atractivo natural, cultural y teológico, el cual se espera aprovechar adecuadamente a través de un convenio de competitividad en este sector, el cual se encuentra próximo a ser firmado. Como ejemplo de las potencialidades en este sector, desde el punto de vista cultural se cuenta con el Carnaval de Blancos y Negros; zonas de gran importancia y belleza del paisaje como los numerosos parques naturales como el Parque Natural Nacional Sanquianga, la reserva de la sociedad civil de la laguna

¹⁹GOBIERNO EL LINEA.Leyes y normas colombianas. Extraído de:
[http://: www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co) [Citado el 30 Noviembre del 2012]

de La Cocha, que por su importancia biológica y cultural para la región es uno de los principales activos ambientales del departamento de Nariño”.

En el marco del apoyo de los procesos de planeación estratégica de largo plazo que brinda el Gobierno Nacional por intermedio del DNP, se apoyará al departamento de Nariño en la fase de ejecución de su Plan Estratégico Prospectivo “Nariño 2030”, a través del soporte técnico en torno a la gestión de procesos para ejecutar el actual Plan de Desarrollo, de acuerdo a las directrices planteadas en el ejercicio prospectivo. Este apoyo estará enmarcado en acciones tendientes a garantizar la viabilidad financiera y técnica del Plan, así como en términos de capacidad institucional para la implementación de políticas y proyectos estratégicos”.

En la agenda interna para la productividad y competitividad documento regional Nariño en su comentario sobre el turismo expresa: “El departamento de Nariño busca convertirse en centro turístico nacional e internacional, aprovechando la biodiversidad propia de la región pacífica y la oferta turística (cultural y natural) existente en el departamento. Para lograr su objetivo, es necesario que el departamento mejore su infraestructura - tanto vial como turística- y adelante acciones de planeación y promoción del turismo y de capacitación de los prestadores de estos servicios. Son igualmente necesarias medidas en materia ambiental (en particular en torno al manejo de los residuos sólidos y de las cuencas hidrográficas) para mejorar su oferta turística y consolidar al turismo como una actividad económica ambientalmente sostenible”.

El decreto 2395 de 1999 relacionado con la inscripción en el registro nacional de turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico menciona:

“Establecimientos situados dentro del área de influencia directa de aquellos lugares de reconocido interés turístico, cultural o histórico, tales como: balnearios, playas, lagos, parques nacionales, termales, nevados, monumentos nacionales, museos, templos de interés histórico, que sean declarados por los Concejos Distritales o Municipales como recursos turísticos de utilidad pública, en los términos del artículo 23 de la Ley 300 de 1996. Se entiende como área de influencia directa la comprendida dentro del radio de 150 metros del lugar de reconocido interés turístico, cultural, o histórico”.²⁰

²⁰GOBIERNO EL LINEA.DocumentoCONPES 3303. Extraído de:
[http://: www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co)[Citado el 30 Noviembre del 2012]

1.6 COBERTURA DEL ESTUDIO

1.6.1 Temporal.El desarrollo del plan estratégico de mercadeo turístico para la zona de influencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas se ha enmarcado en el periodo 2013.

1.6.2 Espacial.El plan estratégico de mercadeo se desarrolló dentro del sector turismo en el Santuario ubicado en el cañón del río Guaitara, corregimiento de las Lajas municipio de Ipiales a siete kilómetros de la ciudad cabecera municipal.

1.6.3 Variables del estudio

Variables dependientes

- Análisis del ente Corpolajas
- Información del mercado
- Información del servicio turístico

Variables independientes

- Escenarios del sector turístico
- Formalidades, reglamentos
- Normas escritas

1.6.4 Variables de la investigación

Variables dependientes

- Hábitos y tendencias del sector
- Cultura
- Objetivos, políticas, programas

Variables independientes

- Formalidades ambientales
- Reglamentos, normas escritas
- Comunicaciones

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Tipo de estudio. El estudio es descriptivo. El tipo de estudio que se aplicó dentro de la presente investigación fue el estudio descriptivo donde se identificaron características del universo de investigación que señalan formas de conductas y actitudes del total de la población investigada donde se establecerán comportamientos concretos y en donde se identificó la asociación entre variables de investigación, este estudio descriptivo acudió a técnicas específicas en la recolección de información como la observación, las entrevistas y los cuestionarios.

1.7.2 Método de investigación. El método utilizado es el deductivo. El presente estudio aplicó el método deductivo porque este conocimiento permite que las verdades universales se vuelvan explícitas, esto es, que a partir de situaciones generales se llegó a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general, así de la teoría general acerca de un fenómeno o situación, se explican hechos o situaciones particulares en esta investigación.

1.8 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.8.1 Fuentes primarias. La principal fuente de información de esta investigación será de tipo primario donde se utilizarán estrategias metodológicas como la encuesta.

El conjunto de la población de este estudio son 30.000 turistas, la muestra de personas encuestadas se estimó mediante el uso de muestreo simple para poblaciones infinitas aplicado a la encuesta denominada conformada por 12 enunciados diseñada para este estudio, la fórmula para la estimación del tamaño de la muestra es la siguiente:

Población Potencial para Tamaño de la Muestra = 30.000(Turistas).

Formula de la Muestra:

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

n= Muestra	
N=Población Potencial	30.000
Z=Grado de Confianza	95% = 1.96%
P= Probabilidad de Éxito	0.5
q= Probabilidad de Fracaso	0.5
e= Margen de Error	10% = (0.1)

$$n = \frac{30.000 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(30.000-1) (0.1)^2 + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{30.000 (3.8416) * 0.25}{(29999) (0.01) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{28812}{299.999 + 0.9604} = \frac{28812}{300.9594}$$

n= **95 Encuestas**

Las encuestas a aplicar son 95 de acuerdo con la fórmula de muestreo para poblaciones infinitas, además la encuesta se aplicará a los turistas actuales que frecuentan la zona de influencia del santuario de las lajas, y una entrevista al equipo administrativo de la organización Corpolajas.

1.8.2 Fuentes Secundarias. Como fuentes secundarias de información para la formulación de esta investigación se usará informes y documentos utilizados por otros investigadores como información contenida en libros, revistas, folletos, páginas de internet y periódicos especializados.

1.9 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información obtenida de las fuentes primarias y secundarias se someterá a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico, además se hará uso de tablas, gráficos circulares e histogramas para interpretar los resultados de la encuesta.

2. DIAGNÓSTICO Y POSICIÓN COMPETITIVA ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA SANTUARIO DE LAS LAJAS

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

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

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

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

Por tal razón el análisis del sector debe verse bajo una óptica articuladora en tanto representa una actividad multisectorial y multidisciplinaria, en las que participan las diferentes áreas económicas productivas de autores públicos y privados, el departamento de Nariño es una región con lugares y paisajes de gran atracción turística pero a su vez estos no han sido aprovechados de la manera más adecuada y de una forma tal que genere fuentes de empleo y riqueza.

La falta de agencias especializadas en la promoción de servicios turísticos que proporcionan a la industria turística, alternativas de solución para el desarrollo social y económico ha llevado esta región del país a ser una de las más olvidadas y por ende desconocida para el turista nacional y extranjero.

La falta de conocimiento de la industria turística como tal, la no integración de las empresas que pueden prestar el servicio turístico no ha permitido consolidarla y aprovechar la infraestructura turística que se tiene en la región y reconstituye en un sector que logre ingresos significativos y aporte al desarrollo de la industria.

Se puede observar que el abandono estatal ha sido una constante para el sur colombiano, la falta de estrategias promocionales, y empresas que invierten en este sector también se agregan a esta. A causa de esto también se ha generado un entorno de violencia y desplazamiento hacia las ciudades donde se forman cinturones de miseria e inseguridad por este motivo el departamento está sumido en el retazo social y económico.

Todo esto conlleva a que el departamento en un futuro tendrá un panorama donde se puede evidenciar que el abandono en que se encuentra y en particular la industria del turismo se verá cada vez más rezagada lo que conllevaría a una agudización de la crisis de la región provocando problemas de carácter social y económico.

Analizando los diferentes síntomas y causas que aquejan el sector turístico en el departamento de Nariño y en lo que en un futuro se convertiría este sector, es importante comprometer a todos los actores que intervienen en el proceso para buscar soluciones al problema, es importante adoptar estrategias que conlleven al fortalecimiento de la industria turística, fomentando la participación del sector público, privado y la sociedad en general, con el fin de mejorar la imagen del departamento y explotar el potencial que posee el sector turístico.

Además es importante realizar alianzas estratégicas con diferentes entidades que permitan el fortalecimiento del sector volviéndolo más competitivo y a través de la aplicación de herramientas de marketing lograr atraer un gran potencial de turistas, todo esto conlleva a que sea la industria del turismo una alternativa para el departamento de Nariño sirviendo de fuente para la generación de empleo, desarrollo económico y bienestar social.

A continuación se realizará un análisis del entorno de la Zona de influencia turística del santuario de las lajas, las principales variables que se utilizarán para realizar este diagnóstico competitivo son variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y por supuesto legales que no solamente envuelven al corregimiento de las Lajas sino al municipio de Ipiales y a los municipios de la Ex provincia de Obando, además se desarrollará un análisis de los principales sitios turísticos y ambientes naturales como de la identificación de las principales debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la zona de influencia del Santuario de las lajas como principal atractivo turístico del departamento de Nariño y del Suroccidente Colombiano.

2.1 PERFIL DE LA ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA MUNICIPIO DE IPIALES NARIÑO

2.1.1 Generalidades

Cuadro 4. Datos generales municipio de Ipiales

País	Colombia
Departamento	Nariño
Región	Andina
Ubicación Geográfica	0° 49' 44' N Coordenadas 77° 38' 26"O
Altitud sobre el nivel del mar	2.898mnsn
Superficie	1.707 Km ²
Fundación	Por los indígenas Pastos en época inmemorial
Población	123.741 (2010) Est.
Sectores Económicos	Agricultura, Ganadería, Silvicultura Comercio transfronterizo
Gentilicio	Ipialeño, Ipialeña
Alcalde	Darío Ignacio Vela de los Ríos
Sitio Web	Http:// www.ipiales-nariño.gov.co

Fuente. Secretaria de Gobierno Municipio de Ipiales

Antecedentes de la zona de influencia. En la época prehispánica la comarca estaba habitada por el pueblo de los Pastos, quienes resistieron a la invasión de los Incas, cuando estos entraron a la región bajo el mando de HuaynaCapac, hacia los años 1480, la nación de los Pastos era un conglomerado indígena existente de tiempo inmemorial, que ya tenía fundado sus pueblos, estaban organizados en cacicazgos, con bohíos circulares en número de cien eran agricultores, cazadores, alfareros y orfebres, creían en la inmortalidad del alma, tenían sus Dioses el sol, la luna el mono, los ríos, lagunas, montañas; y sus santuario, el hoy pictografo de los monos en potosí y su centro astronómico en el petroglifo de machines en Cumbal, eran amantes de la pacha mama (madre tierra), los indígenas Pastos trabajaron con maestría la cerámica, la orfebrería, los tejidos, poseía conocimientos de astrofísica, medicina tradicional, desarrollo endógeno, educación y derecho propio y cosmovisión legado que demuestra el adelanto cultural de los pueblos que habitaron en el municipio de Ipiales²¹.

²¹SECRETARIA DE GOBIERNO MUNICIPAL. Documentos de Archivo. Tomado 10 Agosto 2013.

Hacia los años 1535 los primeros en llegar a esta región fueron Diego de Tapia, Pedro de añasco y Juan de Ampudia, estos colonos llegaron al río Ancashmayu (Guaitara), en el año 1537 llegó a esta región Pedro de Puelles, Españoles envidiosos desde la ciudad de Quito Ecuador por Sebastián de Belalcázar y estos continuaron al centro de lo que sería el nuevo río de granada; la historia contemporánea considera este episodio como una invasión, cabe resaltar además que los Españoles a su arribo ya encontraron en esta región una avanzada cultura la de los Pastos y los poblados ya constituidos fundados y organizados por los propios indígenas desde el año de 1545 como lo señala Pedro Cieza de León en su crónica del Perú, también son comarcos en la región de Ipiales, pueblos como Ascuá, Mallama, Tucurres, Zapuys, Iles, Gualmatán, Funes, Chapal, Males, Piales, Pupiales, Turca y Cumba, pues todos estos pueblos y caciques tuvieron por nombre Pastos.

Pedro de Puelles fundó la Villaviciosa de la Concepción de los Pastos en el alto de las Cruces, en la primera década de 1537 y que fue destruida por los nativos, en 1540, Ipiales fue capital de la provincia de los Pastos y hacia los años de 1580 no había huella de fundación Española, sin embargo en el año de 1615 don Juan Caro informa al cabildo de Pasto que deja levantadas doce casas que forman el pueblo de Ipiales y veintitrés moradores, en 1713 Fray Juan Verdugo, reorganiza la población y fomenta la educación y la agricultura, la tradición señala que en esta misma época ocurrió la fundación de Ipiales por los clérigos Andrés Moreno de Zúñiga y Diego de Bermúdez que para la época también estuvieron en el Pasto, quienes trasladaron el pueblo de la loma de Puenes al lugar actual que hoy ocupa la ciudad.

En lo que concierne a la época de la independencia, la vocación libertaria de los Ipialeses se manifestó el 6 de Octubre de 1809, cuando participaron junto a los Ipialeses, Tuquerreños y Comarcanos, contra los realistas en la batalla de la tarabita de Funes, donde se derramó la primera sangre por la libertad de América, es así como el 7 de Septiembre de 1810, se firmó el acta de independencia de Ipiales y la Región, sin embargo el 5 de Noviembre de 1822, es sacrificada la Heroína Nacional Antonia Josefina Obando, por los realistas frente a la capilla de la Escala, más tarde en la evolución republicana²²

2.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIAL, TECNOLÓGICO, ECOLÓGICO Y LEGAL DE LA ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA (PESTEL)

2.2.1. Entorno Político. Este componente de carácter geográfico y de político administrativo es uno de los factores más importantes que determina toda una

²²SECRETARÍA DE GOBIERNO MUNICIPAL. Documentos de Archivo. Tomado 10 Agosto 2013.

serie de funciones del municipio, por lo cual puede considerarse como un escenario de gran dinámica donde la infraestructura vial y de servicios públicos, los equipamientos urbanos y sociales al igual que las actividades de comercio internacional, determinan su posición clave en el contexto fronterizo.

Por las funciones políticas administrativas además por su ubicación espacial privilegiada, el municipio de Ipiales, ha crecido significativamente en términos sociales y de infraestructura física. Su progreso y su importancia actual, se debe especialmente a su ubicación estratégica por servir de paso obligatorio al interior del país y al vecino país del Ecuador, en el municipio de Ipiales se encuentra la segunda ciudad más importante del departamento de Nariño y desde tiempo atrás el municipio ha ejercido como capital de la Ex provincia de Obando, además se constituye en la ventana abierta a los países del cono sur con su fuerte crecimiento poblacional y prestación de servicios especializados.

El casco urbano del municipio de Ipiales está conformado por 123 barrios, distribuidos en 7 sectores, la actual sectorización del municipio de Ipiales se llevó a cabo por la alcaldía municipal del municipio de Ipiales a través de la Secretaria de Desarrollo Comunitario, teniendo en cuenta las características sociales de sus habitantes, intereses comunes similitud de necesidades, situación geográfica e importancia económica, sin embargo no se tuvo en cuenta en esta sectorización, la división del sector urbano en jurisdicciones administrativas llamadas comunas y la creación de las juntas administradoras locales como lo exige el artículo constitucional 318 y la ley 136 de 1994; donde se estipula la creación del municipio con las características antes mencionadas, además del número de habitantes según la categoría del municipio donde se incluya, la definición clara del número de barrios que compone la comuna y delimitación precisa de la misma a la vez con la conformación de comunas en el sector urbano se garantiza una mejor prestación de servicios y se asegura la participación de la ciudadanía en el manejo de los asuntos públicos de carácter local, así mismo como de la directrices estatales a favor de la población del municipio, debido a que los miembros de las juntas administrativas podrán participar en la elaboración de planes y programas municipales de desarrollo económico, social y de obras públicas, vigilar y contralorar la prestación de servicios públicos, entre otras funciones, además cabe resaltar que al municipio de Ipiales pertenecen los corregimientos de San Juan, Yaramal, la victoria y por supuesto el corregimiento del Santuario de las Lajas.

2.2.2. Entorno Económico. El municipio de Ipiales, como puerto fronterizo terrestre, es pieza clave en la configuración y articulación de su territorio ocupado en esta comunidad moderna, convirtiéndose como una unidad socio-espacial básica de soporte de la producción, de la innovación social de la actividad económica enmarcado todo ello en una sostenibilidad ambiental, es así como en la actualidad en el municipio los principales sectores económicos son la agricultura y la ganadería, aproximadamente en un 99% de los predios y en todas las veredas

se realiza la actividad agrícola, el mayor índice productivo se da en las veredas que conforman los valles de los ríos Pun y Cultun; como causa de la lluviosidad abundante y las condiciones climáticas de alta humedad, no se presente un calendario agrícola, por ello se siembra en cualquier época del año, aunque se prefiere la época más lluviosa que se presenta en Enero y se cosecha en Junio, el cultivo de la papa es el de mayor presencia y ocupa la mayor extensión con 941 Has dedicadas a esta actividad se siembra las variedades Capiro y Amarilla, la primera es la de mayor presencia para el cultivador, sin embargo la rentabilidad productiva de la papa es baja, dada su escasa tecnología, el precio del transporte, de los insumos agrícolas y el mal estado de las vías terciarias, además que se necesita de actividades de jornaleo para evitar ataque de plagas y para la preparación del terreno, el cultivo de la papa en la región ocupa el mayor número de jornales, en la época de cosecha se realizan entre 10 y 18 viajes de papa de los cuales el 12% se vende en la victoria, el 21% se va a Ipiales y un 48% de la cosecha de la región es enviado a Cali y otras ciudades del interior del país un 10% se queda para el autoconsumo y un último 11% se utiliza como semillas, la fertilización se hace al momento de la siembra y en el retape a los 15 días en relación de uno por uno (1 bulto de abono x 1 bulto de papa).

En lo referente a la producción de ganado de leche que es otro de los renglones más importantes del municipio de Ipiales, se puede afirmar que la abundancia de lluvias y las diferentes condiciones de la fertilidad de los suelos, unidas a las limitaciones de las parcelas monofundistas, no permiten el desarrollo de un sector agrícola rentable, como resultado, se ha dado una progresiva sustitución de las áreas de los cultivos, por pastos para ganadería de leche, actividad que paulatinamente a reemplazado a la agricultura, dada a la mayor seguridad en la inversión, mayor rotación de capital y su aceptación en el mercado, ocupando aproximadamente 1.187 predios en esta actividad, los cuales conjuntamente realizan actividades agrícolas en explotaciones que no superen las 20 Has, la importancia del ganado bovino con relación a la demás especies, tomando como unidad de comparación la equivalencia en toneladas/carne, alcanza un 64% dentro de la producción de vacunos en las veredas cercanas al municipio y un 21% en las veredas que conforman el corregimiento de la victoria.

Según un último estudio en el municipio de Ipiales, la población bovina de las veredas cercanas al municipio asciende a 8.620 cabezas de ganado, que en su gran mayoría pertenecen a la raza holstein criollo y mestizo en un 85.41%, le sigue en importancia la yace normando con el 9.1%, el pardo suizo con el 4.58%, y el jersey con el 0.91%. Se destacan las veredas de san José con 66.6% de participación, el salado con 60%, Villaflor 75%, la palma 63.3%, san Antonio 63.1%, el Teliz 60%, villamoreno 50%, sin embargo en otras veredas la producción ganadera no es tan representativa, donde predominan las actividades extractivas, además en las veredas cercanas al municipio de Ipiales se observan 407 fincas dedicadas a la producción de leche.

En conclusión la actividad agropecuaria en el municipio de Ipiales y en sus veredas adyacentes se presenta en pequeños lotes distribuidos en diferentes lugares con rotación de suelos para dejar en descanso varios años y luego sembrar destacándose la arveja, la papa, las hortalizas, el maíz y demás productos del campo que por lo general estos productos producen pérdidas económicas debido a la alta incidencia de factores fitosanitarios ocasionados por cuestiones medioambientales, como la humedad, las lluvias y las temperaturas de la región cuyos controles no se realizan eficazmente ocasionando pérdidas totales y producciones muy bajas, algunos rendimientos aproximados de cultivos por hectárea están maíz 350 kilogramos/hectárea, arveja 1000 kilogramos/hectárea, papa 2000 kilogramos/hectárea, muy por debajo de los que se obtiene en otras regiones del país, sin aplicar ninguna tecnología y de tipo tradicional y rudimentario, otro aspecto para que la economía de Ipiales no se active es la falta de vías de comunicación terrestre dada la distancia al centro del mercado y los escasos y elevados costos de los medios de transporte, dentro de algunas comunidades se mantienen los cultivos de amapola en pequeña escala que representan ventajas en la instalación, labores culturales y comercialización respecto a los anteriores respecto a los anteriores y que además genera ingresos a los colonos al vender el derivado de la amapola quienes la procesan, pero se convierte en un factor para desestabilizar y descomponer a la comunidad, es así como en la actualidad se calcula que se destina unas 150 Has veredales para los cultivos ilícitos, finalmente con relación a la cría de ganado bovino se estima que cada finca veredal posee en promedio 25 cabezas de ganado con una extensión promedio de 35 Has con pastos mejorados para la alimentación del ganado, además la caza y la pesca en algunas veredas ayudan a complementar la actividad y el momento de escases proporcionan alimento para el sustento y mejoran la dieta alimentaria de las comunidades, cabe resaltar además que la tala indiscriminada de bosques, el uso irracional de métodos de pesca y el uso de agroquímicos ha generado la pérdida de estos valiosos recursos en la zona de influencia de Ipiales.

2.2.3 Entorno Social. El entorno social, es otro de los componentes de gran importancia para el municipio y el entorno de la ciudad, el índice de necesidades insatisfechas para la población del municipio de Ipiales se estima en un 68.47%, donde se especifica que las condiciones de vida de la población se incrementan en la medida en que se acerca al 100%, debido a esto se entiende que el municipio cuenta con una calidad de vida aceptable, en cuanto a los niveles de pobreza son considerados deficientes si son considerados a uno, sin embargo Ipiales se encuentra entre 0.20 y 0.28, a pesar de lo anterior la realidad sentida por la comunidad es opuesta, ya que los resultados que se obtuvieron fueron parcializados solamente de la zona urbana sin tener en cuenta la zona rural que también forma parte del municipio, siendo esta última la más desprotegida en lo que se refiere a la satisfacción plena y cobertura de servicios básicos como es educación, salud, vivienda, servicios públicos entre otros.

La población que habita la zona urbana del municipio de Ipiales es de 70.985 personas equivalente al 74% y los habitantes de la zona rural son 26.265 habitantes equivalente al 26% del total de la población que asciende a 96.250 habitantes, demostrando que la mayor nuclearización poblacional de la zona rural la conforma la comunidad campesina, el área del municipio de Ipiales se encuentra integrada por cuatro resguardos indígenas Ipiales, San Juan y Yaramal de la Etnia de los Pastos y Santa Rosa de Sucumbíos de la Etnia Kofan previamente constituidos por el INCORA y Jardines de Sucumbíos que se encuentra en proceso de constitución, de igual manera se encuentran tres corregimientos que forman parte de zona campesina la Victoria, Yaramal y las Lajas, la zona indígena comprende una población de 12.498 indígenas, y la zona campesina cuenta con 12.395 habitantes, de los cuales 12.365 corresponden al sexo masculino que representan el 48.9% y 12.900 personas que corresponden al sexo femenino equivalente al 51.1% del total de la población rural, el número de miembros por familia se estima en 5, los postulados básicos del nuevo régimen constitucional con relación a las etnias, están contemplados a los siguientes aspectos, protección a la diversidad étnica y cultural, apoyo a la autonomía y a las formas propias de gobierno, protección a los recursos naturales, y protección a los recursos culturales, la política del Plan Nacional “Cambio para Construir la Paz” para las etnias está orientada hacia la defensa, apoyo fortalecimiento y consolidación de los derechos étnicos y culturales consagrados en las normas constitucionales y legales, la tierra además de ser un factor productivo, está asociada a tradiciones que identifican su sentido de pertenencia y arraigo expresada a través de diferentes prácticas culturales que cohesionan la vida grupal, básicamente en el municipio de Ipiales la aplicación de un ordenamiento territorial en las Etnias está enfocado a definir la división del territorio, exactitud en el censo indígena, cartografía y un diagnóstico de saneamiento territorial.

2.2.4 Entorno Tecnológico. El municipio de Ipiales al encontrarse como enclave en la Zona de Integración Fronteriza (ZIF) hace que contenga características distintivas especiales para asumir la centralidad como forma generalizada para ejercer una función en dominio al hacer confluir sobre sí mismo los más diversos espacios y agentes; por lo tanto este municipio de Ipiales adquiere un papel articulador en la organización territorial, en este marco territorial, Ipiales, toma importancia, en contexto nacional al constituirse en un punto de entrada y salida hacia los Países Andinos, especialmente con relación al tránsito de la mercancía producida y distribuida en torno al Acuerdo de Cartagena, igualmente como punto de cruce de sistema vial nacional e internacional (Colombia-Países Andinos) y de oriente a occidente (Eje Costa Pacífica- Pie de Monte Amazónico), desde esa perspectiva los cambios tecnológicos que se están adelantando en el municipio son la construcción del Puente Internacional de Rumichaca el cual contará con una extensión de 71,20 metros de longitud y un ancho de 14,50 metros con cuatro carriles dos hacia el vecino país del Ecuador y dos carriles desde Ecuador hacia Colombia, en la construcción de este puente se ha invertido

alrededor de 5.000.000 millones de dólares y el cual manejara un tráfico de 11.000 vehículos diarios y una capacidad de dos tracto mulas de 30 toneladas en un mismo lapso de tiempo, además este puente contara con radares para determinar el flujo y el control vehicular en temporada de vacaciones, así mismo este adelanto tecnológico de ingeniería permitirá el fortalecimiento de los lazos binacionales de las comunidades asentadas a lado y lado de zona limítrofe, sin embargo cabe resaltar que en el municipio al ser un puerto seco aún faltan obras en la frontera terrestre de Rumichaca como la creación de zonas francas y muelles con la implementación de grúas para atender las operaciones de comercio exterior y de entrada y salida de productos y servicios en zona del país, a pesar de estos inconvenientes en el mediano plazo se visualiza algunas obras que pueden cambiar el componente tecnológico en el municipio y sus alrededores como la creación del centro comercial plaza Ipiales, que además será el primer centro comercial de gran magnitud que hará presencia en esta localidad, la ampliación del Aeropuerto San Luis, el cual se convertirá en un Aeropuerto Internacional con la ampliación de las pistas de aterrizaje y despegue, así mismo como el manejo de la logística de carga para transporte aéreo, la creación de la Zona Franca Permanente (ZFP) Alimentos Nariño también será un adelanto tecnológico, ya que será una planta de cadena de frío para productos perecederos cultivados en las zonas rurales del municipio, otra obra que sin duda revolucionara al municipio y será un gran atractivo turístico es el montaje de la infraestructura del teleférico en el corregimiento de las Lajas, el cual será visitado por gente de Colombia y el mundo, pues este avance tecnológico es un valor agregado para los miles de turistas que visitan la basílica, pues todo puede mejorar en la medida que se mejore sustancialmente la infraestructura indispensable para el crecimiento y el desarrollo de esta gran región.

2.2.5 Entorno Ecológico. Una unidad geográfica está compuesta de una serie de elementos, como el suelo, el aire la vegetación, el clima, la flora, la fauna el paisaje y demás factores bióticos y abióticos, donde la interacción de unos con otros dan como resultado la oferta y demanda de bienes y servicios ambientales, esta última entendiéndose como la forma de aprovechamiento que hace el hombre, precisamente el propósito de esta dimensión es identificar qué tipo de elementos están presentes en el municipio de Ipiales, como son aprovechados y proponer mecanismos para su sustentación, en general en el municipio predominan materiales de origen fluvial y volcánico que rellenaron las depresiones y sobre las cuales han actuado procesos erosivos recientes, en este caso, las vertientes frías son más estables y la remoción en masa o las alteraciones del suelo no se presentan, pues siempre están cubiertas de vegetación, razón por la cual prevalece la infiltración y no el escurrimiento de vertientes de agua.

La zona oriental del municipio de Ipiales está determinada por un ecosistema con características ecológicas especiales particularmente por encontrarse dentro de la gran reserva ambiental amazónica por lo cual debe considerarse como una

riqueza, que debe conservarse y preservarse implementando una política ambiental clara que proteja los recursos naturales que existen en el municipio como el altiplano Tuquerres-Ipiales con tierras planas de gran fertilidad, la fosa del Guaitara o cuenca interandina, cuenca muy accidentada de angostos valles fluviales y profundas gargantas, la selva subandina que se encuentra entre los 2000 y 3000 metros, en donde los troncos son rugosos y no rectos con abundancia de quiches, orquídeas y helechos que crecen sobre los árboles, en el suelo son frecuentes los colchones de musgo característicos de bosques de encenillos y robles, es por ello que se hace indispensable una política pública a favor de la sustentabilidad de los recursos bióticos y abióticos de la región como un requisito necesario para la competitividad del sector turístico ecológico o sector ecoturístico, sin embargo cabe resaltar que en el municipio no existen grandes industrias que puedan atentar contra los recursos existentes, ya que la industrialización aún no ha llegado al municipio de Ipiales, pero actualmente en el municipio se realizan planes de exploración, explotación e inversión en canteras para la extracción de piedra, arena y recebo en el sector de la lajas y en el sector del puente nuevo con métodos de explotación rudimentarios e infraestructura inadecuada, además también se da la explotación de arcilla que es utilizada para actividades artesanales y para la fabricación de ladrillo, lo cual demuestra que se atenta con un porcentaje de los bosques debido a que el principal método de combustión para la quema del ladrillo es la madera que se explotan en las zona rurales al municipio, aunque el sector minero no es prioritario a nivel económico si incrementa los niveles de polución en el medio ambiente de la zona de influencia del municipio de Ipiales.

2.2.6 Entorno Legal. El municipio de Ipiales al igual que otros municipios del departamento de Nariño y Colombia se regula por la ley 9 de 1989²³, ley por la cual se dictan normas de planes de desarrollo municipal en el marco legal de planificación territorial urbana, en donde se establece que los planes de desarrollo deben incluir un reglamento de usos del suelo, cesiones obligatorias gratuitas, normas urbanísticas específicas, plan vial, plan de servicios públicos y obras públicas entre otros aspectos que regula la norma y la cual debe amoldarse el municipio.

La constitución política de 1991 también dispone de un marco jurídico que establece orientaciones sobre las cuales se debe regir la política para la promoción del desarrollo económico y social, al señalar instrumentos de planificación como los planes de desarrollo y los planes de ordenamiento territorial (PBOT), toda vez que a-través de los tiempos las entidades territoriales han debido adaptar sus políticas económicas, sociales, geográficas, ambientales para responder a los cambios y mutaciones que afectan el orden y territorio de los

²³CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 9 de 1989. Plan Básico Ordenamiento Territorial PBOT

municipios y con ello, las condiciones de vida de los habitantes de los municipios de Colombia, de forma tal que las políticas o directrices adoptadas por cada ente territorial sean congruentes con el territorio y las necesidades reales de los pobladores, en ese sentido el proceso de adaptación del territorio debe responder a las expectativas de largo plazo de manera que se justifique las acciones que se adelantaran en el presente, desde esa perspectiva se dicta la ley 388 de 1997,²⁴ donde se define los mecanismos necesarios para que los municipios en ejercicio de su autonomía promueva el ordenamiento de su territorio el cual constituye en su conjunto una función pública, en cuanto es un instrumento de gestión que permite racionalizar defender y proveer los intereses de la comunidad entorno a su territorio mediante las acciones urbanísticas dentro de las cuales se encuentran las se seleccionar y localizar terrenos para la construcción de viviendas de intereses social, calificar el territorio en suelo urbano, rural y de expansión urbana, expropiar terrenos de utilidad pública, localizar áreas para previsión de desastres, así como las áreas con fines de conservación y recuperación del paisaje, determinar y reservar terrenos para la infraestructura industrial y determinar espacios libres para parques y áreas verdes y caracterizar los ecosistemas de los municipios, en este sentido el municipio de Ipiales ha venido trabajando desde la administración del exalcalde Gustavo Estupiñan en el plan básico de ordenamiento territorial para Ipiales, en donde se ha realizado un diagnóstico del componente urbano y rural del municipio, y en donde se ha adelantado muchos aspectos que han permitido algunas mejoras a nivel de infraestructura, directrices, políticas, estrategias y programas que han orientado el desarrollo socioeconómico del municipio de Ipiales actualmente.

2.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

En el siguiente cuadro se analizan las principales variables del entorno externo que rodea a la zona de influencia turística del municipio de Ipiales.

²⁴CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 388 de 1997- Promoción del Ordenamiento del Territorio

Cuadro 5. Matriz de evaluación de factores externos Zona Influencia Turística

FACTORES	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	TOTAL CLASIFICACIÓN
<u>Entorno Político- P</u>	-	-	-
Crisis política en el estado Colombiano	0,08	2	0,16
Apoyo de organizaciones no gubernamentales ONG's	0,10	4	0,40
<u>Entorno Económico- E</u>	-	-	-
Alto ingreso percapita del turista foráneo	0,10	4	0,40
Buenas tendencias hacia los servicios turísticos	0,08	4	0,32
<u>Entorno Social S</u>	-	-	-
Alto nivel cultural (VALS)	0,08	3	0,24
Buena actitud del mercado respecto del turismo	0,06	3	0,18
<u>Entorno Tecnológico T</u>	-	-	-
Oportunidad de implementar el teleférico en la zona	0,10	4	0,40
Posibilidad de tecnologías TIC's para el turismo	0,07	3	0,21
<u>Entorno Ecológico E</u>	-	-	-
Apoyo estatal para proyectos ambientales	0,08	3	0,24
Aprovechamiento de la riqueza natural de la zona	0,08	4	0,32
<u>Entorno Legal L</u>	-	-	-
Aprovechamiento de leyes que promueven el turismo	0,08	3	0,24
Fortalecimiento de la identidad cultural de la zona	0,09	3	0,27
TOTAL	1	-	3.38

Fuente: esta Investigación.

El resultado promedio de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) para la zona de influencia turística es de 3.38, lo cual indica que esta zona de influencia turística compite en un ambiente o entorno atractivo y que por ende dispone de abundantes oportunidades externas, entre las oportunidades más representativas que se pudieron identificar el apoyo de organizaciones no gubernamentales para el sector turístico, buenas tendencias hacia el consumo de servicios turísticos y más aún, para el desarrollo del ecoturismo, la implementación del teleférico en la zona de influencia turística del Santuario de las Lajas en el municipio, aprovechamiento de la riqueza natural de la zona, y aprovechamiento

de las leyes gubernamentales que apoyan el turismo en Colombia, desde esa perspectiva se puede identificar que la zona de influencia turística no afronta amenazas graves y conclusión esta zona fluctúa entre oportunidades menores y oportunidades mayores.

2.4 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

En el siguiente cuadro se analizan los factores más importantes de la estructura interna que conforma el municipio y en sí de la zona de influencia turística del Santuario de las Lajas.

Cuadro 6. Matriz de evaluación de factores internos Zona Influencia Turística

FACTORES	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	TOTAL CLASIFICACIÓN
<u>Sistema Gubernamental Municipal</u>	-	-	-
Planes y programas Municipales (planeación)	0,11	4	0,44
Contingencia ante los cambios coyunturales	0,09	3	0,27
<u>Sistema Oferta Turística Municipal</u>	-	-	-
Se cuenta con grandes atractivos turísticos	0,11	4	0,44
Zona con riqueza natural (oferta ecoturística)	0,09	4	0,36
<u>Sistema Económico Municipal</u>	-	-	-
Se cuenta con estabilidad y oferta laboral (Empresas)	0,08	3	0,24
El municipio puede alcanzar estabilidad económica	0,07	2	0,14
<u>Sistema Promocional del Turismo</u>	-	-	-
Mercadeo turístico en la zona de influencia	0,07	3	0,21
Promoción de la región a nivel nacional-internal	0,06	2	0,12
<u>Sistemas de Normatividad Municipal</u>	-	-	-
Implementación del (PBOT) en el Municipio	0,10	3	0,30
Administración de las regalías del Municipio	0,08	3	0,24
<u>Sistemas de Talento Humano del Municipio</u>	-	-	-
Se capacita al personal de la zona	0,07	3	0,21
Se cuenta con recurso humano eficaz de la región	0,07	3	0,21
<u>TOTAL</u>	<u>1</u>	-	<u>3.18</u>

Fuente: Esta Investigación.

La matriz MEFI suministra una base para analizar las relaciones o factores internos de una organización, es una herramienta analítica de formulación de estrategias que resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes en caso concreto de la zona de influencia turística del municipio de Ipiales, directrices, oferta turística, economía municipal, sistemas promocionales de turismo, normatividad y sistemas de talento humano, la calificación total para la zona de influencia turística es de 3,18 lo cual establece que la zona de influencia turística se encuentra a nivel interno con fortalezas menores y que por ende no se presentan grandes debilidades a nivel estructural del municipio y la región, sin embargo se hace necesario mejorar en algunos factores claves como la promoción turística de la región para desarrollar este sector y por tanto convertirlo en uno de los enclaves fundamentales de economía y rentabilidad para el municipio de Ipiales.

2.5 DESCRIPCIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL SANTUARIO DE LAS LAJAS

Es relevante la importancia que tiene el turismo para el municipio de Ipiales, por cuanto es uno de los elementos de la economía local, traducido en un intenso flujo de personas hacia el Santuario de Las Lajas, monumento nacional y punto de generación de actividades de intercambio y de servicios, los cuales incrementen la dinámica social y cultural de la localidad y de la región.

El turismo tiene un importante potencial para contribuir al desarrollo nacional y regional, y apoyar el logro de las metas en el campo económico, social, cultural y político, sin embargo no se lo ha aprovechado en su totalidad, el objetivo general de la política sectorial es recuperar y fortalecer a competitividad de los productos turísticos colombianos para coadyuvar a la generación de empleo, la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional, contribuyendo a mejorar la calidad de vida, de nivel de la educación y la conservación de los recursos naturales en los destinos o regiones turísticas y sus áreas de influencia.

2.5.1 Ubicación del Santuario de las Lajas.El Santuario de Nuestra Señora de las Lajas se ubica al suroriente de Ipiales, departamento de Nariño; a 7 kilómetros de la ciudad y a 11 kilómetros del Puente de Rumichaca, frontera entre Colombia y Ecuador. Se llega a él por una vía pavimentada de excelentes condiciones, completamente iluminada, dotada de un sendero peatonal adyacente debido a la gran cantidad de personas que visitan al Santuario caminando. En el trayecto se encuentran muchos monumentos que representan algunos misterios del Santo Rosario; se pasa por el barrio “El Charco”, lugar tradicional donde se han ubicado

muchos restaurantes dedicados a la preparación del “Cuy”, plato típico de la región.

Continuando con el trayecto existen en la vía algunos lugares destacados tales como el “Cementerio de Las Lajas” y “El Mirador” de donde se divisa plenamente el esplendor de la basílica incrustada en el abismo. Al final de los 7 kilómetros la vía se bifurca frente a la estatua de la Inmaculada, la que tiene a sus pies un león en acecho, un ramal de ella conduce al municipio de Potosí, a dos kilómetros y medio, y la otra lleva a una zona de parqueos, desde donde se debe proceder a caminar por más de un kilómetro, para finalmente acceder al Santuario.

El Santuario se encuentra localizado en el Corregimiento de Las Lajas, uno de los cinco corregimientos pertenecientes al municipio de Ipiales, en la siguiente figura se puede observar la ubicación del Santuario de las Lajas²⁵.

Figura 2. Ubicación del Santuario de las Lajas Municipio de Ipiales



Fuente: Esta Investigación.

2.5.2 Arquitectura. El santuario de las lajas tiene una arquitectura gótica florecida con una característica muy particular que en lugar de gárgolas presenta en sus exteriores unos ángeles que están dentro del movimiento gótico ya que presenta formas sensuales y alargadas, características propias de las esculturas góticas antes de entrar en el renacimiento, el gótico es un estilo artístico que se desarrolló en Europa entre los años 1.140 y 1.300, aproximadamente entre el románico y el renacimiento, en el románico se aplicó el termino gótico a este arte con un sentido negativo, pues los renacentistas habían vuelto al arte clásico, ordenado, que era

²⁵CORPOLAJAS. Santuario de las Lajas. Documento pdf.

totalmente opuesto al que se desarrolló en la edad media, para ellos el arte gótico era el arte de los godos y los barbaros²⁶.

2.5.3 Análisis del Corregimiento de las Lajas. El caserío se originó con la construcción de casas de abrigo, para peregrinos, por lo cual las primeras edificaciones se llevaron a cabo en 1.771, poco a poco se fue incrementando la población con casas pajizas, de las que ninguna existe en el presente, porque fueron sustituidas por las de cemento y techo de teja lo que conllevó a que la ranchería del ayer se convirtiera en el corregimiento que hoy en día se conoce como las Lajas.

A pesar de todo su origen se lo confunde con la leyenda, debido a que geográficamente aparece con el descubrimiento de la imagen de la virgen, realizada por el padre Bedon, en 1.754, la construcción del Santuario de las Lajas inició el 1 de Enero de 1.795, la obra duró 7 años y su fruto fue un templo inaugurado el 21 de Abril de 1802, Bajo la dirección del sacerdote Eusebio Mejía Perdomo, natural de Riobamba (Ecuador), quien llegó a Ipiales el 31 de Mayo de 1.754, a principios de 1859 comenzó la construcción del templo- capilla y para 1.862 estuvo perfectamente concluida, los arquitectos de este templo- capilla fueron los Ecuatorianos Mariano Aulestiy Simón Altapuma y la bendición fue dada por el Monseñor José Elías Puyana, Obispo de Pasto, desde ese momento a este templo se lo llamó "Santuario de Nuestra Señora de Rosario de las Lajas," el Santuario fue declarado monumento Nacional en el Año de 1.984 según Resolución 0007 y por lo tanto toda intervención en la construcción o en su entorno deberá seguirse a las normas contempladas a la ley 63 de 1.959, al decreto 264 de 1963, a la ley 387 de 1.998 y al plan parcial de protección.

El número total de habitantes es de 640 personas, las cuales corresponden a 140 familias, de la población total 282 pertenecen al sexo masculino que representa el 44% y 358 al sexo femenino representando el 56%, el promedio de hijos en el centro poblado es de tres.

²⁶ Esta Investigación.

Figura 3. Ubicación del Corregimiento de las Lajas



Fuente: Esta Investigación.

2.6 MATRIZ D.O.F.A. ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA SANTUARIO DE LAS LAJAS

Cuadro 7. Matriz D.O.F.A

<u>MATRIZ DOFA ZONA DE INFLUENCIA TURISTICA SANTUARIO DE LAS LAJAS</u>	<u>F. FORTALEZAS</u>	<u>D. DEBILIDADES</u>
	<p>F1.Atractivos turísticos naturales y culturales (posibilidad de realizar ecoturismo).</p> <p>F2.Ubicacion geográfica estratégica de los centros turísticos (Santuario de las Lajas).</p> <p>F3.La zona de influencia turística cuenta con identidad cultural.</p> <p>F4.La zona de influencia turística cuenta con excelente talento Humano para prestar servicios turísticos.</p> <p>F5. Desarrollo del teleférico como un valor agregado del turismo en la zona.</p>	<p>D1.Falta de estructura organizacional local (improvisación en la administración y atención).</p> <p>D2.Falta de promoción y difusión del sector turístico de Ipiales y Nariñense.</p> <p>D3.Pérdida de credibilidad en las instituciones.</p> <p>D4.Carencia de seguridad y falta de asociatividad en el sector.</p> <p>D5.Carencia de una cadena logística para el sector en la región.</p>

Cuadro 7. Continuación

O. OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>O1.Fomento de políticas de desarrollo para el sector turístico en Colombia.</p> <p>O2.Demanda de turismo ecológico, religioso y comunitario.</p> <p>O3.Aplicacion de tecnologías de la información y comunicación TIC's.</p> <p>O4.Posibilidad de constitución del turismo como una cadena productiva prioritaria en el departamento y en la zona.</p> <p>O5.Dolarizacion del vecino país del Ecuador</p> <p>O6.Posibilidad para importar infraestructura para mejorar el sector en la zona (Infraestructura teleférico)</p>	<p>F1-F2-F3-O1-O4. Gestionar programas de orden nacional o internacional que fomente el desarrollo del turismo en nuestra región.</p> <p>F1-F3-F4-O2-O3. Diversificar el turismo en la región ofertar otras clases de turismo (Etnoturismo, Ecoturismo etc.)</p> <p>F1-F2-F3-O1-O3-O6. Buscar los medios para financiar proyectos de mejoramiento en infraestructura turística para la zona.</p>	<p>D1-D3-O1-O4. Establecer contactos con entes gubernamentales para priorizar el turismo en la región como un renglón de la Economía de primer nivel.</p> <p>D2-D4-O2-O3-04. Formular un plan estratégico de desarrollo turístico para el santuario de las lajas el cual permita alcanzar la estabilidad económica de la región y genere empleo para los moradores del corregimiento y zona de influencia.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1. Auge del turismo nacional e internacional Ecoturismo, Agroturismo, Acuaturismo, Etnoturismo.</p> <p>A2. Desinformación del turista nacional y extranjero de la zona turística Ipiales</p> <p>A3. Proliferación de promotores turísticos (sobreferta de paquetes turísticos al extranjero)</p> <p>A4. Crisis Económica mundial (pérdida de poder adquisitivo)</p> <p>A5. paros y protestas contra el estado Colombiano.</p> <p>A6. Alienación cultural y amenazas naturales (Desastres naturales en la Zona)</p>	<p>F1-F2-A1-A2-A3. Promocionar y publicitar los atributos de los servicios turísticos de la zona de influencia de Ipiales, como únicos en la región para hacerle frente a la competencia nacional e internacional.</p> <p>F3-F4-A2-A4. Ofertar paquetes turísticos implementando un corredor turístico por toda la región y zona de influencia de Ipiales.</p> <p>F1-F5-A1-A2-A6. Construir un turismo integral en nuestra zona con organización y control, diferenciándose de otras zonas del país, apostarle a la promoción del teleférico como servicio de turismo único en esta zona del país.</p>	<p>D1-D3-A1-A2. Establecer alianzas estratégicas en el sector, crear clústeres y cadenas entre los entes y las personas involucradas en el turismo, organizar el sector.</p> <p>D1-D2-D3-A3-A4-A5. Implementar la planeación estratégica para superar las crisis coyunturales en la región, visualizar el futuro.</p> <p>D2-D4-D5-A1-A3-A4. Diseñar la cadena de logística del corredor turístico de la zona de Ipiales con todos sus parajes y atributos, para establecer tiempos y movimientos en cada sitio turístico.</p>

Fuente: Esta Investigación.

2.7 ESTADO ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL MUNICIPIO DE IPIALES (SANTUARIO DE LAS LAJAS).

La primera consideración a tenerse en cuenta para conocer el estado de “Arte” de la empresa turística en todo el departamento de Nariño y más exactamente en la zona del Municipio de Ipiales y del Santuario de las Lajas se relaciona con criterios de Subsistencia, crecimiento y utilidad, que se determinan de acuerdo a la experiencia y al conocimiento.

Subsistencia. Entendido como la etapa en la cual las empresas o la zona turística se dedican a mantenerse en el mercado o en la sociedad, sin generar crecimiento o desarrollo significativo que les implique sostenibilidad en los momentos de crisis.
Crecimiento. Las empresas o la zona de influencia turística en esta etapa se consolidan como tal, aunque la preocupación es más en procura de mejorar la eficacia y sus indicadores, muchas veces desaparecen porque descuidaron al ser humano como razón de ser de la existencia empresarial.

Utilidad. Etapa donde las empresas o la zona de influencia turística, logran desarrollo económico, social y ambiental cultural que les permite enfrentar ventajosamente crisis o coyunturas negativas del entorno.

En cuanto a la capacidad del sector los factores se calificaron en un rango de 1 a 4, donde 1 es bajo, 2 es regular, 3 bueno y 4 óptimo como se indica en el siguiente cuadro de factores.

Cuadro 8. Capacidad del sector turístico zona de influencia

CAPACIDAD DEL SECTOR TURISTICO ZONA DE INFLUENCIA																				
SECTOR	INFRAESTRUCTURA				LOGISTICA				ECONOMIA				SEGURIDAD				ATRACTIVOS			
	Construcciones que ayudan a la prestación del servicio.				Condiciones que permiten la calidad del servicio.				Capacidad de inversión y adquisición servicios turísticos.				Condiciones que garanticen la seguridad turista.				Lugares y aspectos de interés.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Servicios		X				X				X			X							X
Seguridad		X				X				X					X					X
Transporte		X			X						X				X					X
Ambiental		X				X				X					X					X

Fuente: Esta Investigación.

Cuadro 9. Situación actual del sector turístico en la Zona de Influencia (Municipio de Ipiales)

<u>SECTOR DE TRANSPORTE Y OTROS SECTORES</u>		<u>SECTOR SEGURIDAD</u>		<u>SECTOR AMBIENTAL</u>		<u>SECTOR SERVICIOS</u>	
<u>ESTADO</u>	<u>CRITERIOS</u>	<u>ESTADO</u>	<u>CRITERIOS</u>	<u>ESTADO</u>	<u>CRITERIOS</u>	<u>ESTADO</u>	<u>CRITERIOS</u>
<u>Subsistencia</u>	Falta de cultura, deficiente infraestructura, no existe asociatividad, no hay promoción, gestión apoyo gubernamental, falta creer en lo nuestro.	<u>Subsistencia</u>	Falta de condiciones que garantice la seguridad en la zona turística.	<u>Subsistencia</u>	En proceso de la consolidación de áreas estratégicas o ubicación geoestratégicas.	<u>Subsistencia</u>	No existe vocación ni cultura turística, asunto de Empresa y Ciudadanía.
<u>Crecimiento</u>	No se han realizado inversiones para mejorar la calidad de los transportes y vías de acceso, pese a las inversiones que se están realizando en el teleférico.	<u>Crecimiento</u>	No se han realizado planes para mejorar la seguridad en la zona de influencia.	<u>Crecimiento</u>	Existencia de áreas naturales protegidas como atractivos turísticos, posibilidad fomentar el "Ecoturismo"	<u>Crecimiento</u>	Se presenta carencia de operadores turísticos en la región, que mejoren el servicio.

Cuadro 9. Continuación

<u>Utilidad</u>	La zona de influencia no ha logrado un desarrollo socioeconómico total.	<u>Utilidad</u>	No se ha mejorado en cultura ciudadana.	<u>Utilidad</u>	Se puede alcanzar la sostenibilidad con bienestar socioeconómico.	<u>Utilidad</u>	Se puede alcanzar la estabilidad socioeconómica en la región con el servicio.
-----------------	---	-----------------	---	-----------------	---	-----------------	---

Fuente: Esta Investigación.

2.7.1 Análisis del valor agregado en la Zona de Influencia turística Municipio de Ipiales- Teleférico de las Lajas (TLL). Con el fin de aprovechar y dinamizar la gran potencialidad de la zona de influencia turística en el municipio de Ipiales, en la actualidad se están ejecutando las obras del macroproyecto turístico denominado “Teleférico las Lajas TLL” en asociación de la Gobernación de Nariño, con la Diócesis de Ipiales y la Parroquia del Santuario concebido como un proyecto matriz con unos ejes fundamentales como son la disponibilidad de contar con un medio de transporte para llegar al santuario, articular la infraestructura de todos los atractivos del Santuario y de la Zona de Influencia, desarrollar la cadena turística en la zona y crear un nuevo atractivo turístico²⁷.

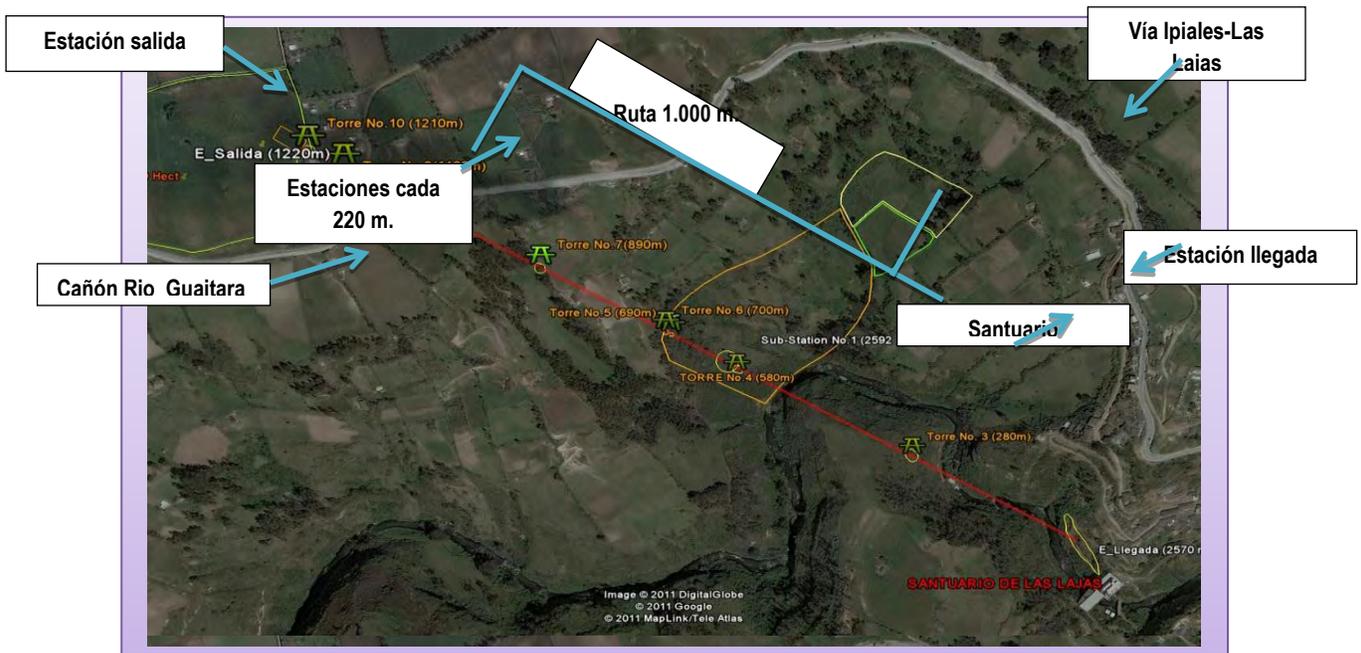
Este proyecto en la zona de influencia turística del municipio de Ipiales en el largo plazo conllevará al desarrollo en el sector posibilitando de esa manera transformar a las Lajas en un destino turístico competitivo y una nueva imagen para la región, este proyecto se trata por tanto no solo de reforzar el turismo religioso, aquel turismo entendido como “visita a lugares santosacros y participación de rituales” sino propiciar a través del tiempo el desarrollo de otros tipos de turismo como el Ecoturismo que está muy desarrollado a nivel mundial.

La Corporación las Lajas que es el ente encargado de realizar el proyecto (TLL), el cual sin duda va a ser en un mediano plazo el valor agregado en la zona de influencia turística del municipio de Ipiales, estableció la ruta del teleférico en el Santuario de las Lajas, la cual tendrá una longitud de 1.000 metros con estaciones cada 220 metros, con una altura máxima en cada estación de 2.700 msnm y una altura mínima en la estación de llegada de 2.570 msnm, la ruta sale desde la finca llamada la Antena Ubicada en la Vía Ipiales- Corregimiento las Lajas, donde toma un descenso hasta el Río Guitará con un promedio en altura promedio de 2.590 msnm, donde atraviesa la garganta del río y sube hasta la meseta a 2.650 msnm en el Municipio de Potosí, de donde desciende y llega un costado del Santuario de las Lajas camino de a pie con una altura promedio de 2.570 msnm,²⁸ cabe resaltar que los entes involucrados en este proyecto evaluaron varias rutas para la ejecución del teleférico por empresas Chinas y Turcas y se eligió la ruta denominada el “Mirador” por ser la más adecuada y con mayores ventajas por ofrecer una mayor distancia 1.000 metros con mejores atractivos para el turista potencial que visite la zona en el futuro, en la siguiente figura se puede evidenciar la ruta del teleférico en la zona de influencia turística del Municipio de Ipiales y del Santuario de las Lajas.

²⁷CORPOLAJAS. Estudio técnico TLL. Documento pdf

²⁸Ibid.

Figura 4. Ruta del Teleférico Santuario de las Lajas (TLL)



La ruta del Teleférico las Lajas (TLL) proseguirá con un descenso desde el sitio llamado la Antena hasta la Subestación Guaitara, donde se cuenta con una extensa zona para desarrollar otras clases de turismo como es el Agroturismo, Ecoturismo, Turismo de salud, Turismo de aventura, Enoturismo y hasta Acuaturismo, debido a que este sector cuenta con abundantes fuentes de agua, buen clima, vegetación de diferentes tipos y un frondoso bosque que permite realizar pequeños paseos por los senderos naturales que allí existen, después de la estación de llegada, comienza el descenso hasta el Santuario de las Lajas, donde nuevamente se atraviesa el rio para llegar nuevamente al municipio Ipiales, la inversión total de este nuevo atractivo turístico en su primera fase se estima en un total de 7.099.236 millones de pesos con un periodo máximo de ejecución de tres años, de igual manera los entes que interviene en este proyecto son el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (Mincomex), la Gobernación de Nariño, Corporación las Lajas- Diócesis de Ipiales y la Concesión bancaria CoTell S.A.S para la financiación de este atractivo turístico del suroccidente de Colombia.

Fuente. Esta Investigación.

Cuadro 10. Matriz de Riesgo en el Atractivo Turístico (TLL)

Esta es una metodología para el trazo gráfico de datos en un conjunto de ejes verticales y horizontales a fin de establecer términos de riesgo con su nivel de valoración y la posible afectación en el establecimiento del “Proyecto Teleférico Las Lajas,” principalmente se analiza el factor económico, político y social.

Evaluación del Riesgo							
Objeto: Construcción del atractivo turístico Teleférico Las Lajas TLL.							
Clase-Riesgo	Tipificación del Riesgo		Estimación del Riesgo				
	Descripción	Observación	Evalua da	Valora da	Prome dio	Ponderaci ón por clase	Estimaci ón
Const rucción TLL	Permisos y autorizaciones de construcción del TLL.	Efecto económico derivado del incumplimiento de trámites que se deba hacer ante autoridades gubernamentales.	Bajo	5	8,33	40%	3,33
	Programación de la obra TLL	Efecto favorable o desfavorable derivado del desarrollo del esquema fijado en su programa de trabajo.	Medio	10			
	Calidad de las obras TLL	Efectos económicos desfavorables ocasionados por el incumplimiento de las especificaciones generales y normas de materiales.	Medio	10			
	Precios unitarios	Efectos económicos derivados de un análisis	Medio	10			

Cuadro 10. Continuación

Financieros o de Mercado		insuficiente de los precios unitarios realizados por el contratista (Equipos, transp. M.O)			8,33	20%	1,66
	Financieros	Cambios en las variables macroeconómicas de Colombia.	Bajo	5			
	Riesgos regulatorios	Efectos económicos por la expedición de nuevas normas (Impuestos locales o nacionales).	Medio	10			
Clase-Riesgo	Tipificación del Riesgo		Estimación del Riesgo				
	Descripción	Observación	Evaluada	Valorada	Promedio	Ponderación por clase	Estimación
Socio ambientales y Prediales	Sociales	Efectos económicos derivados de cualquier reclamación en razón a ejecución de las obras, reclamación de cabildos indígenas.	Medio	10	8,33	30%	2,49
	Adquisición de predios	Efectos económicos derivados por parálisis y demora en la adquisición y entrega de predios.	Bajo	5			
	Permisos y autorizaciones ambientales	Efectos económicos derivados del incumplimiento de las obligaciones contenidas en las licencias ambientales.	Medio	10			

Cuadro 10. Continuación

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Causas Natur </div>	Asegurables	Efecto económico ocasionado por desastres naturales como terremotos, derrumbes e inundaciones en la zona de influencia del proyecto	Bajo	5	5	10%	0,5
Totales						100%	<u>7,98</u>

Fuente. Esta Investigación.

El resultado total de la matriz de riesgo para el nuevo atractivo turístico en el Santuario de las Lajas se estimó en 7,98, lo cual se lo cataloga como un riesgo medio (M) debido a que la estimación se encuentra en un rango de entre 5 y 10 puntos, los factores más importantes que se calificaron son los efectos económicos derivados del trámite de las obras, la programación, calidad de las obras, efectos financieros debido a los cambios macroeconómicos en Colombia, efectos sociales derivados de la reclamación de las comunidades que habitan cerca de la zona de influencia del Teleférico las Lajas TLL y finalmente la calificación de los factores ambientales derivado de las licencias y permiso para la ejecución de esta gran obra, sin embargo el riesgo para estos factores es medio y por ende es un buen indicador para el teleférico.

2.8 COMPARATIVO DE LOS SISTEMAS DE TELEFÉRICO CERCANOS AL TELEFÉRICO DEL SANTUARIO DE LAS LAJAS (TLL)

2.8.1 Teleférico de Quito (Ecuador). Está ubicado en el costado occidental de la ciudad, fue inaugurado a mediados del año 2005, es el teleférico más alto del mundo, asciende a 3.100 m sobre el volcán pichincha en un recorrido total de 2.5 kilómetros, dispone de todo un entorno de 160 hectáreas, colmado de diversiones, amplia infraestructura zona de esparcimiento, una plaza artesanal, centro comercial, pista de Kart y 44 locales de servicios de comercio al por menor, desarrollo una poderosa infraestructura en lo que a vías y parqueaderos se refiere, el sistema de cable es europeo y su tecnología una de las más costosas (catorce torres sostienen 16 góndolas desembragables con capacidad de 16 pasajeros cada una de ellas, para una capacidad de transporte de 600 pasajeros por hora en un trayecto que dura 12 minutos por ruta), lo cual le permite funcionar como un transporte masivo concebido de dicha forma porque a su pie se encuentra Quito, ciudad con más de 2.000.000 millones de habitantes, capital de Ecuador con flujos de turismo y comercio muy importantes en su actualidad.

Su presentación y promoción fueron excelentes desde el punto de vista del mercadeo se proyectaron recibir 5.000.000 millones de turistas al año, y por ello se utilizaron técnicas de publicidad bastante modernas, sugerentes, intensas de amplio despliegue y sobre todo novedosas top-models, pilotos de fórmula uno, medios impresos, (afiches, pendones, revistas, periódicos y medios televisivos y radiales de alto impacto, las tarifas de este teleférico se estiman en 4 US\$ para adultos, niños 3 US\$ y tarifas VIP 7 US\$, se consideran tarifas adecuadas teniendo el recorrido del mismo, el consorcio que organizo su establecimiento determino dividir su proyecto en tres componentes: el teleférico donde se incluyó la mayor inversión, la administración empresa encargada del funcionamiento como tal del teleférico y los locales comerciales vinculados definidos como áreas individuales muy pequeñas a excepción de tres de ellos con gran extensión dedicados a servicios estratégicos como cafeterías, parque de diversiones y

Figura 5. Teleférico de Quito



Fuente: [http:// www.quito.com.ec](http://www.quito.com.ec).-Teleférico y Panorámica de la ciudad

restaurantes, sin embargo la situación actual para más del 90% de los centros comerciales vinculados es desesperada ya que algunos locales han sido cerradas y se encuentran embargados y con procesos jurídicos, además dos años después de su inauguración no ha sido posible conocer si las expectativas de recibir 5.000.000 millones de visitas se cumplieron debido a que no existe un registro estadístico de estas cifras, pero algunos comerciantes subsistentes manifiestan que dichas expectativas se han cumplido en tan solo un 50% en los años que lleva funcionando este atractivo turístico²⁹.

2.8.2 Teleférico del Parque del Café (Quindío). Este teleférico hace parte de un complejo más grande “denominado el parque del café Panaca,” concebido y desarrollado por parte de la Federación Colombiana de Cafeteros de Colombia y el comité Departamental de Cafeteros del Quindío, con el propósito de difundir hacia la juventud, la niñez y los visitantes la cultura e historia del cultivo del principal producto de exportación del país.

El propósito inicial lo postulaba como una especie de “museo” en donde se encontraban salones y secuencias de equipos, exposición de fotografías y elementos referidos al cultivo del café, el parque se encuentra administrado por parte de la Fundación Parque de la Cultura Cafetera, la cual es una entidad sin ánimo de lucro, destinada a la preservación del patrimonio cultural e histórico del Café en Colombia, a la promoción de actividades culturales, recreativas, ecológicas y al impulso de ecoturismo en la región.

Para propósitos turísticos la dinámica del Parque de Café referida a afluencias representativas de visitantes, era muy baja, hasta que el gerente de ese entonces, ingeniero Andrés Marín opta por ubicar en los predios contiguos una serie de acciones mecánicas tales como: teleférico, montaña rusa, montaña acuática, carros y botes chocones, karts, el tren del Café, “Ciclón”, Rin Rin, rueda panorámica, Tio Vivo, carrusel, buggiesetc;el cual lo dispara y lo convierte en uno de los lugares de más aceptabilidad turística del País, (cerca de 400.000 personas al año que le generan facturaciones mayores a los 20.000 millones de pesos). Obviamente todos estos desarrollos requirieron una gran cantidad de terrenos, inversiones y trabajo adicionales que originalmente no se previeron quizá por falta de planeación.

Es también muy sobresaliente el hecho que alrededor del parque del Café toda la región y los municipios cercanos han acogido al turismo como un modelo de vida, permitiendo que el turista encuentre y disfrute de una variada y excelente oferta hotelera, gastronómica, comercial y recreativa la mayoría de ellas ubicadas en fincas cafeteras de la región, cabe resaltar que toda la región se volcó masivamente hacia la oferta de servicios turísticos, no solamente el departamento

²⁹QUITOADVENTURE. Teleférico ciudad de Quito. Extraído de: www.quitoadventure.com. [Citado el 18 Agosto del 2013].

Figura 6. Teleférico del Parque del Café (Quindío)



Fuente: [http://www. parquenacionañdelcafe.com](http://www.parquenacionañdelcafe.com).

del Quindío pues en ese auge entro todo el “eje cafetero”, así en la actualidad todos estos departamentos promueven y establece sitios turísticos en las más variadas opciones: ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, parques temáticos, uso intensivo de los recursos naturales, en especial los hídricos, ríos, lagos, cascadas con un uso intensivo de actividades innovadoras canotaje, canopy, kayak, exploración de cuevas, escalada y caminatas por senderos naturales.³⁰

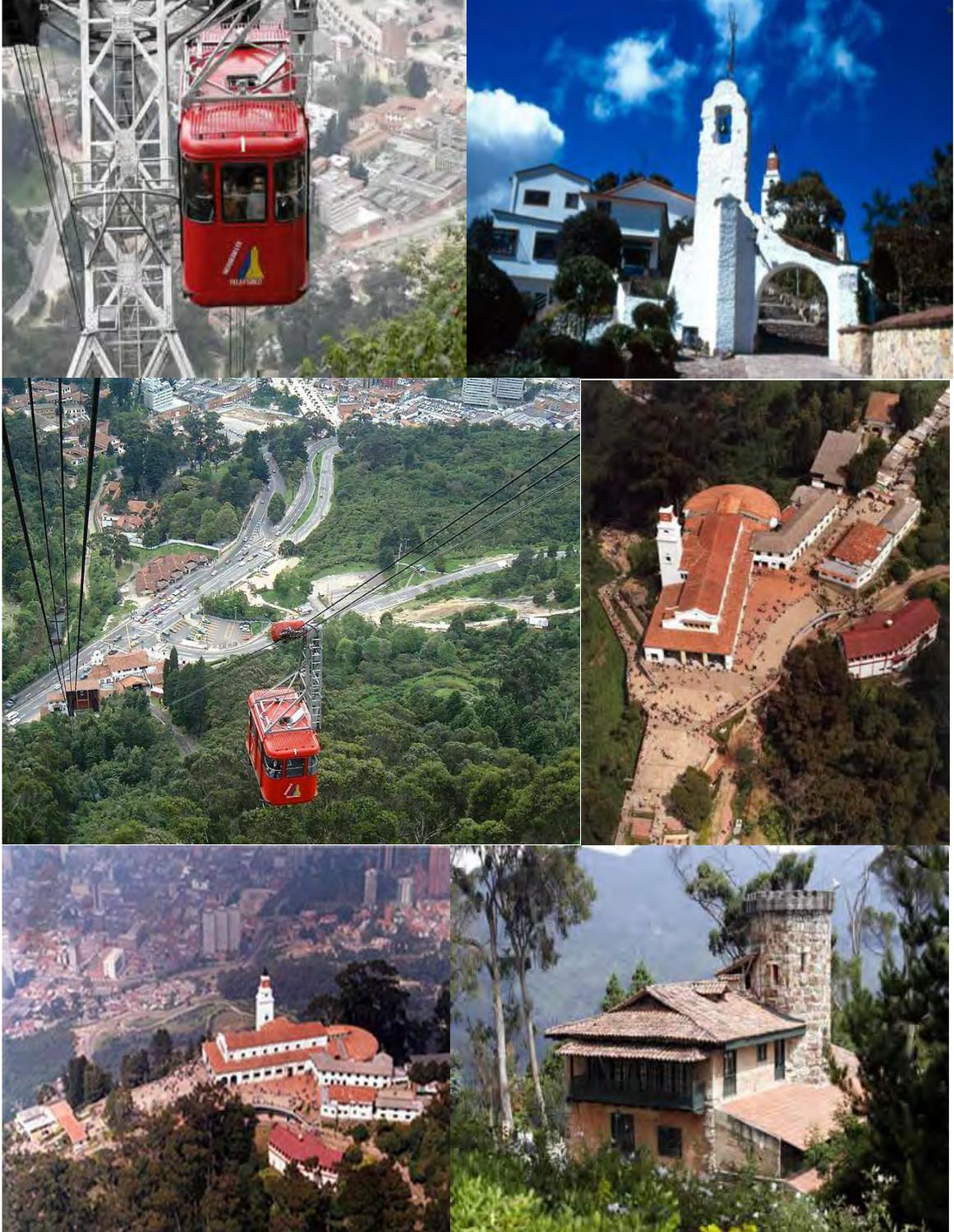
2.8.3 Teleférico Monserrate (Bogotá). El teleférico de Monserrate se ubica en Bogotá, en su costado oriental, asciende al cerro del mismo nombre posibilitando el acceso a la ermita de “Santa María de la Cruz de Monserrate”, un lugar que desde hace 90 años es un sitio predilecto de peregrinación de todos los Colombianos, el teleférico se empezó a construir desde 1953 y fue inaugurado el 27 Septiembre de 1955, en una modalidad bicable con dos cabinas de transportan 40 pasajeros cada uno, el teleférico de Monserrate con un recorrido de 4 minutos sube desde 2.650 metros hasta 3.210 metros en una pendiente espectacular de recorrido horizontal muy pequeño ofreciendo una grandiosa vista del cerro que contrasta con la hermosa panorámica de la ciudad de Bogotá D.C.

Por otra parte, el teleférico coexiste con un tren funicular construido desde 1929 con capacidad para 150 personas y cuyo recorrido tarda unos 5 minutos, así pues entre el funicular, el acceso peatonal y el teleférico se constituyen como los únicos medios de acceso al cerro, destacándose que de ellos el de menor movilización de personas es el teleférico pues el dispone de una capacidad máxima de 200 pasajeros/hora.

A continuación se realiza un análisis de las condiciones más notables del teleférico de Monserrate que pueden servir de referencia en el teleférico del Santuario de las LajasTLL, si bien el teleférico de Monserrate se concibe como medio de acceso la corta duración del viaje (4 minutos) esto puede ser interpretado como una desventaja del sistema, se puede ver contrarrestada por la espectacular vista de la ciudad de Bogotá y de los cerros adyacentes en el atractivo turístico, el majestuoso y empinado ascenso a Monserrate, muchos turistas valoran en los sistemas de cable el vértigo que en ellos se percibe, pues esto facilita el turismo de aventura para realizar práctica de deportes extremos como espeleología, parapentismo, clicomontañismo, por otra parte el lecho boscoso de la montaña que aparte del descenso proporciona una excelente calidad de aire para practicar el turismo ecológico, la panorámica y la parte visual que sobre el recorrido se divisa y de su túnel se ratifica como una gran obra de ingeniería, es importante además que en este atractivo turístico se destaca el funicular, el ascenso peatonal, la quinta de Bolívar al pie del cerro y pocos metros de la estación de

³⁰RODRÍGUEZ R. atracciones turísticas del eje cafetero. Extraído de: <http://www.ftur.uh.cu/intra/.../Apuntes%20sobre%20Modalidades%20Tuísticas.doc> [Citado el 18 Agosto del 2013].

Figura 7. Teleférico de Monserrate (Bogotá)



Fuente: [http:// www. bogotatravelguide.com](http://www.bogotatravelguide.com) -Componentes y panorámicas

salida, la basílica, los restaurantes, los senderos sobre el cerro, los locales de ventas típicas y de artesanías, el mirador el pueblito el éxito, cabe también destacar en este atractivo turístico la buena infraestructura con la que cuenta, los parqueaderos y las vías de circulación tanto de acceso como de evacuación, sin embargo los turistas manifiestan su inconformismo por los altos costos en las tarifas de la ruta del teleférico, aunque la atención por el personal del centro turístico es inmejorable.³¹

2.9 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC)

Se ha tomado como mercados competidores algunos de los centros turísticos que cuentan con servicio de teleférico como es el caso del Parque Panaca, en el Departamento del Quindío, Teleférico Monserrate y Teleférico de Quito.

Cuadro 11. Matriz de Perfil Competitivo (MPC).

Turismo Factores claves de Éxito	Pond.	Teleférico Quito		Teleférico las Lajas TLL		Teleférico Quindío		Teleférico Bogotá	
		Calif.	Resul.	Calif.	Resul.	Calif.	Resul.	Calif.	Resul.
Posición estratégica	30%	4	1.2	3	0.9	4	1.2	1	0.3
Precios competitivos	15%	3	0.45	2	0.3	2	0.3	2	0.6
Seguridad ciudadana	20%	3	0.6	1	0.2	3	0.6	3	0.6
Atractivos Turísticos	15%	2	0.3	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Manejo logística	20%	1	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Total	100%		2.75		2.45		3.15		2.25

Fuente. Esta Investigación.

En el estudio se ha tomado tres de los teleféricos más representativos y cercanos a la zona de influencia turística del Santuario de las Lajas, entre los que se encuentran el teleférico de Quito, el teleférico del Quindío, y el teleférico de Bogotá, siendo estos los principales competidores del Centro turístico de las Lajas,

³¹BOGOTATURISMO. Santuario de Monserrate. Extraído de:
<http://www.bogotaturismo.gov.co/santuario-de-monserrate> [Citado el 18 Agosto del 2013].

una vez realizada la matriz de perfil competitivo (MPC) y con la respectiva identificación de los factores claves de éxito como posición estratégica, precios, atractivos turísticos, seguridad, logística, como promedio de calificación es de 2.65, lo cual nos indica que los cuatro destinos se encuentran entre debilidades menores y fortalezas menores, en cuanto a la calificación el primer lugar es para el teleférico del Quindío como uno de los principales centros turísticos en la región con 3.15, el segundo lugar es para el teleférico de Quito con 2.75, el tercer lugar en importancia es para el TLL con 2.45 y Monserrate con 2.25.

3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL MERCADO TURISTICO SANTUARIO DE LAS LAJAS MUNICIPIO DE IPIALES

3.1 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

En el desarrollo de la investigación se aplicó un total de 95 encuestas de acuerdo al resultado del muestreo entre los turistas actuales que visitan el Santuario de las Lajas en la ciudad de Ipiales con el objetivo de conocer las principales características, percepciones y opiniones de los turistas.

¿Cuál es el lugar desde donde realiza la visita al Santuario de las Lajas?

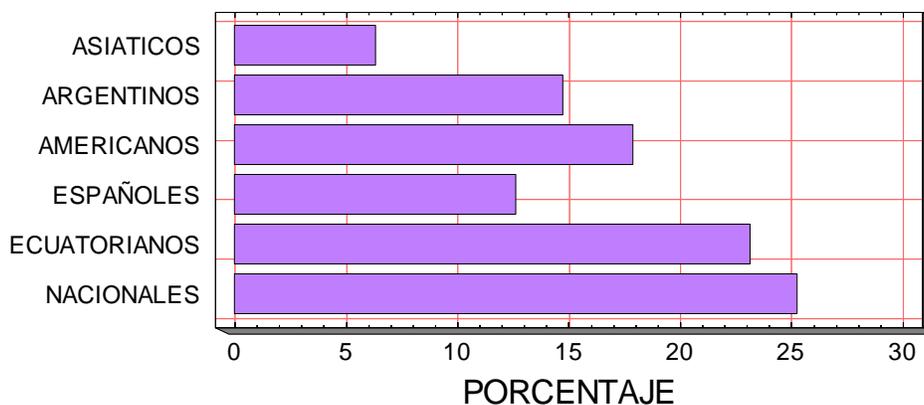
Cuadro 12. Lugar de procedencia del turista Santuario de las Lajas

PROCEDENCIA	RESPUESTA	PORCENTAJE
ASIATICOS	7	6.32%
ARGENTINOS	15	14.74%
AMERICANOS	16	17.89%
ESPAÑOLES	12	12.63%
ECUATORIANOS	22	23.16%
NACIONALES	23	25.26%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 8. Diagrama- Perfil del turista que visita el Santuario de las Lajas

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL SANTUARIO DE LAS LAJAS



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Cuál es su nacionalidad o lugar de procedencia?

El 25.26% de los turistas entrevistados en el Santuario de las Lajas proceden del interior del país (Colombia), un 23.16% proceden del vecino país del Ecuador, un 17.89% de los turistas abordados en la investigación proceden de Estados Unidos, un 14,74% proceden de Suramérica especialmente de Argentina, un 12,63% proceden de España y finalmente el 6,32% son de procedencia Asiática tal como se indica en el diagrama.

Los turistas extranjeros que visitan el Santuario de las Lajas en la Ciudad de Ipiales son en su mayoría Ecuatorianos y, en menor medida de otras nacionalidades como Asiáticos, sin embargo sobresalen Europeos como son turistas Españoles, además los turistas Americanos sobresalen mucho entre los turistas actuales que visitan el centro religioso.

¿Cuál ha sido la principal razón por la que ha visitado el santuario de las lajas?

Cuadro 13. Motivo o razón para visitar el Santuario de las Lajas

MOTIVO	RESPUESTA	PORCENTAJE
CONOCER	25	26.32%
COMPRAS	15	15.79%
OCIO	35	36.84%
ABURRIMIENTO	20	21.05%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 9. Diagrama- Razones para visitar el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Cuáles son las razones para conocer el Santuario de las Lajas?

El 36,84% de las personas entrevistadas manifestó que las razones que las conllevan a visitar el santuario fue por ocio o vacaciones, el 21,05% de las personas entrevistadas manifestó que las razones que conllevan a visitar el santuario de la Lajas fue por aburrimiento, el 26,32% de las personas entrevistadas manifestó que las razones que conllevan a visitar el santuario fueron las de conocer el sitio religioso, y un 15,79% de los entrevistados manifestó que las razones que conllevan a conocer el santuario fue por realizar compras en el sitio turístico de acuerdo a como se indica en el diagrama de barras anterior.

Las dos razones principales para visitar el santuario de las Lajas en el municipio de Ipiales son el “Ocio” con una participación del (36,84%) y “Conocer el centro religioso” con una participación en el porcentaje del 26,32% respectivamente, los Ecuatorianos y los Americanos son los más motivados por conocer el centro religioso, mientras que aquellos que señalan “compras en comercio” y “aburrimiento” son los Españoles y en Argentinos y menor proporción los Asiáticos.

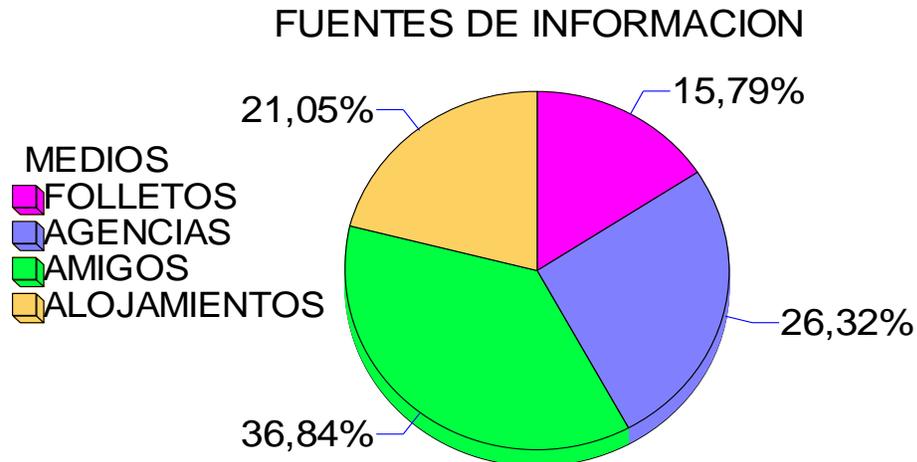
¿Qué fuente de información utilizo para realizar su visita al santuario de las Lajas?

Cuadro 14. Fuentes de información para visitar el Santuario de las Lajas

FUENTES	RESPUESTA	PORCENTAJE
FOLLETOS	25	15.79%
AGENCIAS	15	26.32%
AMIGOS	35	36.84%
ALOJAMIENTOS	20	21.05%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 10. Diagrama- Fuente de información utilizada para visitar el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Qué fuente de información utilizo para realizar su visita al santuario de las Lajas?

La principal fuente de información utilizada para visitar al Santuario de las Lajas en el Municipio de Ipiales es la que se facilita a través de amigos pues el 36,84% de los turistas abordados manifestó que la fuente de información que los motivo a conocer el centro religioso fueron los amigos, también aparecen como fuentes de información importantes las Agencias de viajes y turismo debido a que el 26,32% de los entrevistados lo manifestó así, el 21,05% de los turistas entrevistados manifestó que la información para visitar el Santuario de las Lajas es la que se facilita en los hoteles o en los alojamientos, un 15,79% de los turistas abordados manifestó que la fuente de información para visitar el Santuario de las Lajas son los folletos de las guías turísticas.

La principal fuente de información que se utilizó y motivo a visitar el Santuario de las Lajas son los familiares, amigos u otros turistas con el 36,84% y la fuente de información que se utilizó en menor proporción por parte de los turistas son los folletos o guías turísticas con el 15,79% de los turistas entrevistados en el Centro religioso.

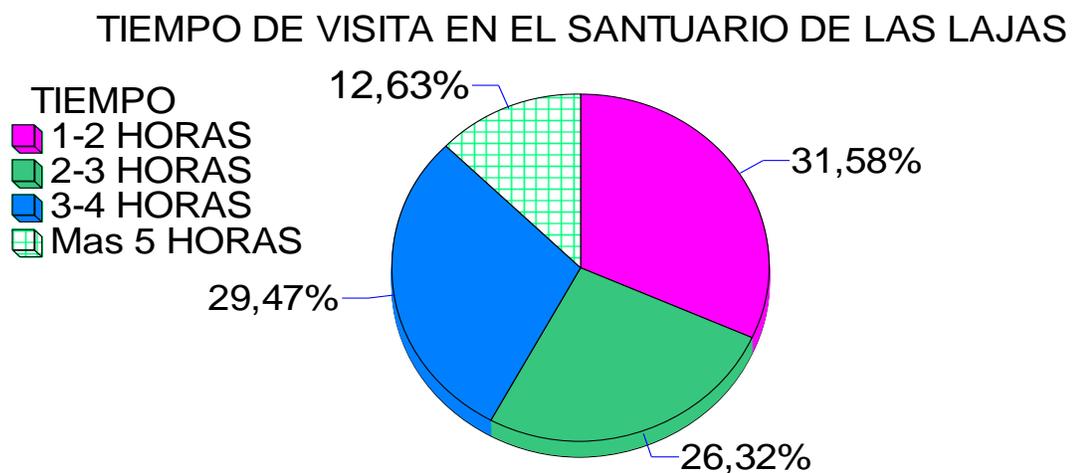
¿Cuál ha sido la duración de su visita? (Horas)

Cuadro 15. Duración de la Visita en el Santuario de las Lajas

DURACION	RESPUESTA	PORCENTAJE
1-2 HORAS	30	31.58%
2-3 HORAS	25	26.32%
3-4 HORAS	28	29.47%
MAS 5 HORAS	12	12.63%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 11. Diagrama- Tiempo de visita en el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Cuál ha sido la duración de su visita? (Horas)

Para el 31,58% de los turistas entrevistados en el Santuario de las Lajas el promedio de duración de la visita es entre 1 y 2 horas, para el 26,32% de los turistas entrevistados el promedio de duración de la visita en el centro religioso es entre 2 y 3 horas, el 29,47% de los turistas abordados en el Santuario de las Lajas manifestó que su promedio de instancia es entre 3 y 4 horas, finalmente el 12,63% de los turistas entrevistados manifestaron que su tiempo máximo de visita en el centro religioso es de más de 5 horas.

El promedio de duración de la visita es entre 1 y 2 horas con una participación del 31,58 de todos los entrevistados que en algunas ocasiones se eleva hasta las tres horas de permanencia en el sitio religioso, los turistas que más tiempo permanecen en el sitio religioso tan solo llega al 12,63% de los encuestados y el tiempo de permanencia es en ocasiones de más de 5 horas, los turistas que más permanecen son los nacionales o los del interior del país, los turistas extranjeros y los de otras nacionalidades son los que en promedio permanecen entre 1 y 2 horas en el Santuario de las Lajas de visita.

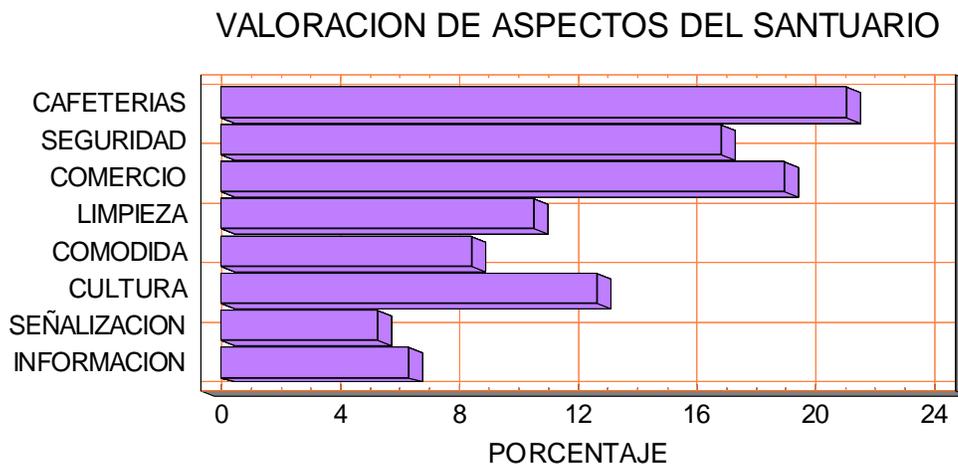
¿Por favor indique. Cuáles son los aspectos que más valora del Santuario de las Lajas?

Cuadro 16. Valoración de aspectos del Santuario de las Lajas.

ASPECTOS	RESPUESTA	PORCENTAJE
CAFETERIAS	20	21.05%
SEGURIDAD	16	16.84%
COMERCIO	18	18.95%
LIMPIEZA	10	10.53%
COMODIDAD	8	8.42%
CULTURA	12	12.63%
SEÑALIZACION	5	5.26%
INFORMACION	6	6.32%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 12. Diagrama- Valoración de aspectos del Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta. ¿Por favor indique la valoración de los siguientes aspectos relacionados con el Santuario de las Lajas, según su nivel de importancia?

En este ítem se analiza la valoración de una serie de aspectos sugeridos al turista que visita en Santuario de las Lajas en el municipio de Ipiales, las cafeterías, bares y restaurantes son los más valorados así mismo como la seguridad ciudadana y los comercios, además se destaca la cultura, el 21,05% de los turistas entrevistados considera las áreas de cafeterías, restaurantes y bares son aspectos de suma importancia, el 16,84% de los turistas considera que la seguridad ciudadana es otro aspecto fundamental, el 18,95% de los entrevistados considera que el comercio es otro aspecto fundamental, un 10,53% considera que la limpieza en el centro religioso es otro aspecto importante, el 8,42% de los entrevistados considera que el aspecto importante es la comodidad para pasear por el centro religioso, el 12,63% considera que la oferta cultural es un aspecto importante, en tanto un 5,26% considera a la señalización como un aspecto importante y finalmente el 6,32% de los turistas abordados en el Santuario de las Lajas considera la información turística como un aspecto importante.

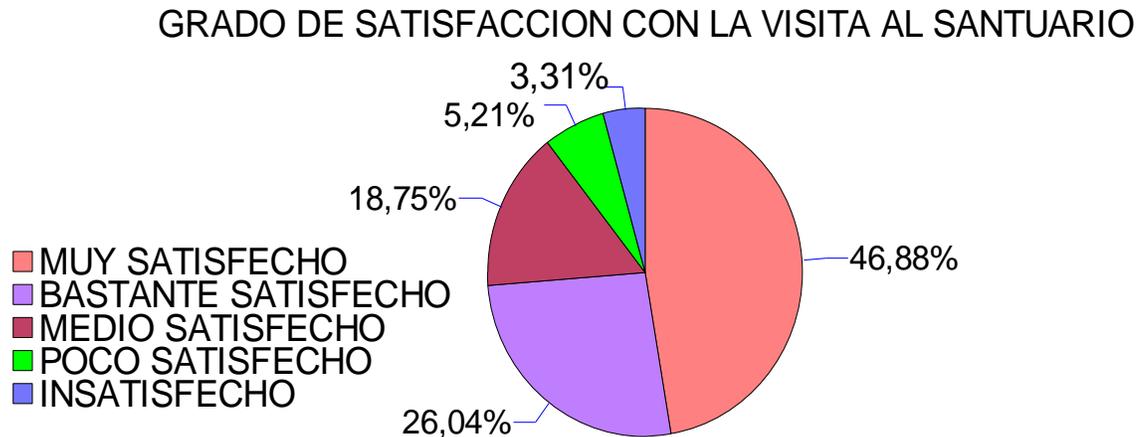
Por favor indique ¿Cuál es su grado de satisfacción con la visita al Santuario de las Lajas?

Cuadro 17. Grado de satisfacción con la visita al Santuario de las Lajas.

OPINION	RESPUESTA	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	45	46.88%
BASTANTE SATISFECHO	25	26.04%
MEDIANAMENTE SATISFECHO	16	18.75%
POCO SATISFECHO	6	5.21%
INSATISFECHO	3	3.31%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 13. Diagrama-Grado de satisfacción con la visita al Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Cuál es su grado de satisfacción con la visita al Santuario de las Lajas?

El 46,88% de los turistas que visitan el Santuario de las Lajas se muestran muy satisfechos con la visita al centro religioso, un 26,04% de los turistas entrevistados manifestaron que se senten bastante satisfechos, el 18,75% manifestaron que se sentían medianamente satisfechos, un 5,21% de los turistas entrevistados manifestaron que se sentían un poco satisfechos con la visita al centro religioso y finalmente el 3,31% de los turistas abordados manifestaron que se sentían insatisfechos con la visita al Santuario de las Lajas en el Municipio de Ipiales.

La sumatoria de los turistas que visitan el Santuario de las Lajas y que se encuentran muy y bastante satisfechos suma un total de 72,92% de todos los turistas entrevistados, en cambio los turistas que se encuentran en un término de medio y poco grado de satisfacción con la visita al Santuario de las Lajas suma un total de 27,27%.

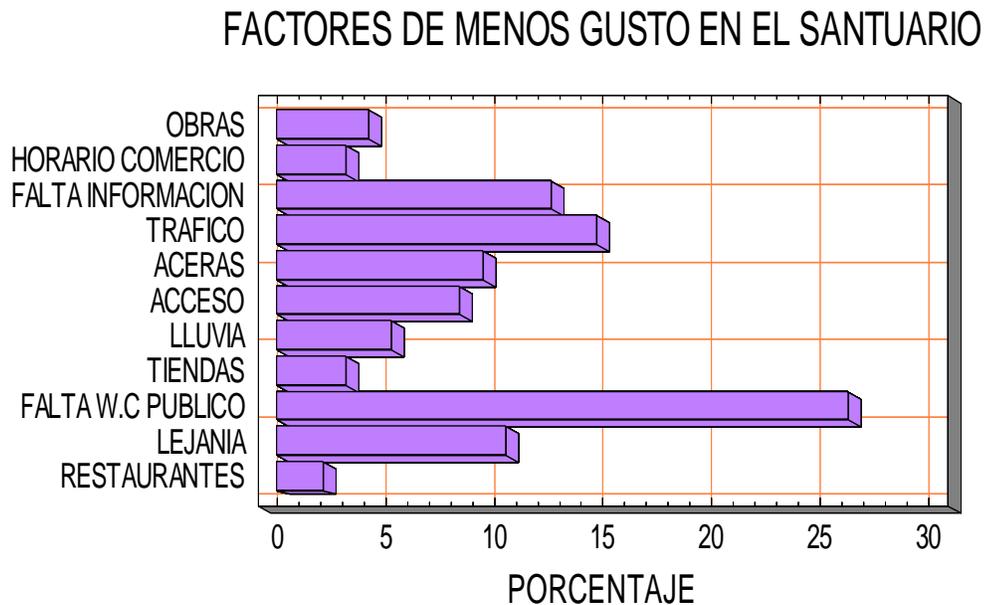
Por favor indique ¿Qué es lo que menos le gusta del Santuario de las Lajas como lugar de visita?

Cuadro 18. Factores de menos gusto con la Visita al Santuario de las Lajas

FACTORES	RESPUESTA	PORCENTAJE
OBRAS	4	4.21%
COMERCIO	3	3.16%
FALTA INFORMACION	12	12.63%
TRAFICO	14	14.74%
ACERAS	9	9.47%
ACCESO	8	8.42%
LLUVIA	5	5.26%
TIENDAS	3	3.16%
FALTA W.C PUBLICO	25	26.32%
LEJANIA SECTOR	10	10.53%
RESTAURANTES	2	2.11%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 14. Diagrama- Factores de menos gusto del Santuario



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a pregunta ¿Que es lo que menos le gusta del Santuario de las Lajas?

Sobre las deficiencias o elementos de desagrado que pudiera tener el turista durante su visita al Santuario de las Lajas, hay que destacar que el 26,32% señalo que lo que menos de gusta de la visita al Santuario es la falta de W.C Publico, el 14,74% manifesto que lo que menos le agrado de la vista es el trafico que se presenta especialmente en fechas especiales, festivos y dominicales, un 12,63% de los turistas abordados manifesto que lo que menos le agradode la visita al Santuario de las Lajas es la falta de información, un 9,47% de los turistas entrevistados manifesto que lo que menos le gusto del Santuario de las Lajas son las aceras y las rutas de acceso al centro religioso, un 10,53% de los turistas entrevistados manifesto que lo que menos le gusta es la lejanía del Santuaio y la distancia entre este y la Ciudad, un 8,42% de los turistas entrevistados manifesto que el factor de desagrado es el acceso al Santuario ya que en muchas ocasiones es muy difícil acceder hasta el sitio en automovil, entre los factores de menor proporcion se encuentran obras con un 4,21%, horario del comercio con el 3,16%, lluvia con el 5,26%, tiendas 3,16% y restaurantes con el 2,11% tal como lo indica el anterior diagrama de barras.

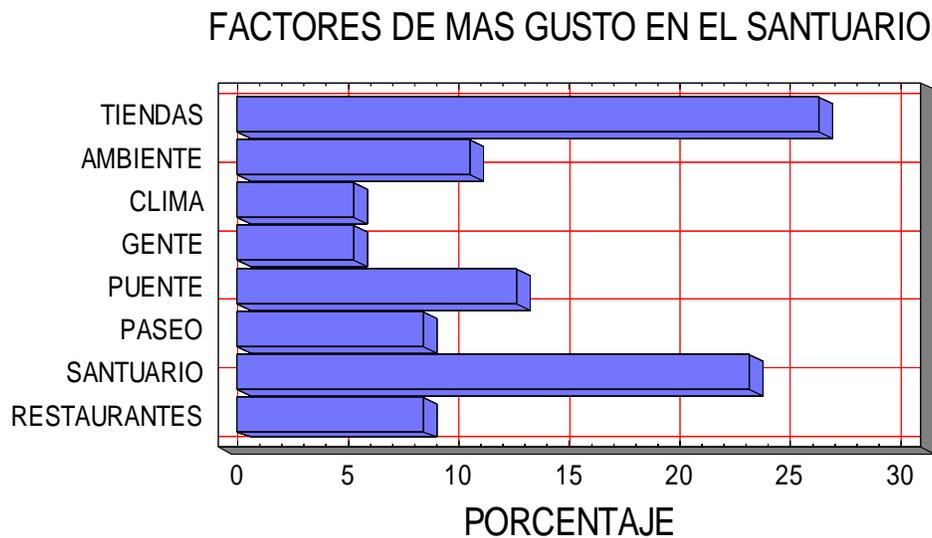
Por favor indique ¿Qué es lo que más le gusta del Santuario de las Lajas como lugar de visita?

Cuadro 19. Factores de más gusto con la Visita al Santuario de las Lajas

FACTORES	RESPUESTA	PORCENTAJE
TIENDAS	25	26.32%
AMBIENTE	10	10.53%
CLIMA	4	5.26%
GENTE	4	5.26%
PUENTE	12	12.63%
PASEO SENDEROS	8	8.42%
SANTUARIO	23	23.16%
RESTUARANTES	9	8.42%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 15. Diagrama- Factores de más gusto del Santuario



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Qué es lo que mas le gusta del Santuario de las Lajas como lugar de Visita?

En este diagrama se analiza el elemento o el factor opuesto a la anterior pregunta, es decir, los elementos o factores de agrado para los turistas que visitan el Santuario de las Lajas en el Municipio de Ipiales, es el área de tiendas artesanales y la arquitectura del santuario o castillo constituyen los principales elementos de más agrado percibidos por los turistas que visitan el Santuario de las Lajas, es así como el 26,32% de los turistas entrevistados manifestaron que los que más le gusta del centro religioso es el área de tiendas, y un 23,16% de los turistas entrevistados manifestaron que los que más les agrado de la visita es el santuario, un 10,53% de los turistas manifestó que lo que más le agrado fue el ambiente en si del centro religioso, también aparecen como aspectos positivos en la visita el puente del santuario con 12,63%, los senderos para paseo con 8,42%, la zona de restaurantes con 8,42%, otros elementos que se perciben bien son el clima de la zona turística con el 5,26% y la gente que visita el santuario con el 5,26% tal como se indica en el diagrama de barras anterior.

Por favor indique ¿El gasto medio que ha realizado durante su visita al Santuario de las Lajas? Por persona.

Cuadro 20. Gasto medio realizado durante la visita al Santuario

GASTO MEDIO	RESPUESTA	PORCENTAJE
20-50 MIL	27	29.17%
50-100 MIL	48	52.08%
100-200 MIL	11	10.42%
MAS DE 200 MIL	9	8.33%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 16. Diagrama- Gasto promedio realizado durante la visita al Santuario de las Lajas.



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Cuál es el gasto que ha realizado durante su visita al santuario de las Lajas?

En este diagrama se analiza el gasto promedio que realizan los turistas que visitan el Santuario de las Lajas, según la investigación realizada el gasto medio realizado por los turistas que visitan el santuario de las Lajas en promedio va de un rango de \$50.000 a \$100.000 pesos en el caso de los turistas extranjeros el promedio de gasto oscila entre 25 y 50 USD, es así como el 52,08% de los turistas encuestados manifestaron que el gasto promedio en el Santuario de las Lajas es

de entre \$50.000 a \$100.000 pesos, un 29,17% manifestó que el gasto promedio realizado en el Santuario de las Lajas oscilo entre \$20.000 y \$50.000 pesos, un 10,42% de los turistas abordados manifestó que el gasto promedio realizado tiene un rango de entre \$100.000 y \$200.000 pesos, finalmente el 8,33% de los turistas encuestados manifestó que el rango de gasto promedio es de más de \$200.000 pesos, los turistas Ecuatorianos son los que más gastan entre 25 y 50 USD por persona, seguido de los demás turistas extranjeros y nacionales que el promedio de gasto es entre \$10 y \$25USD.

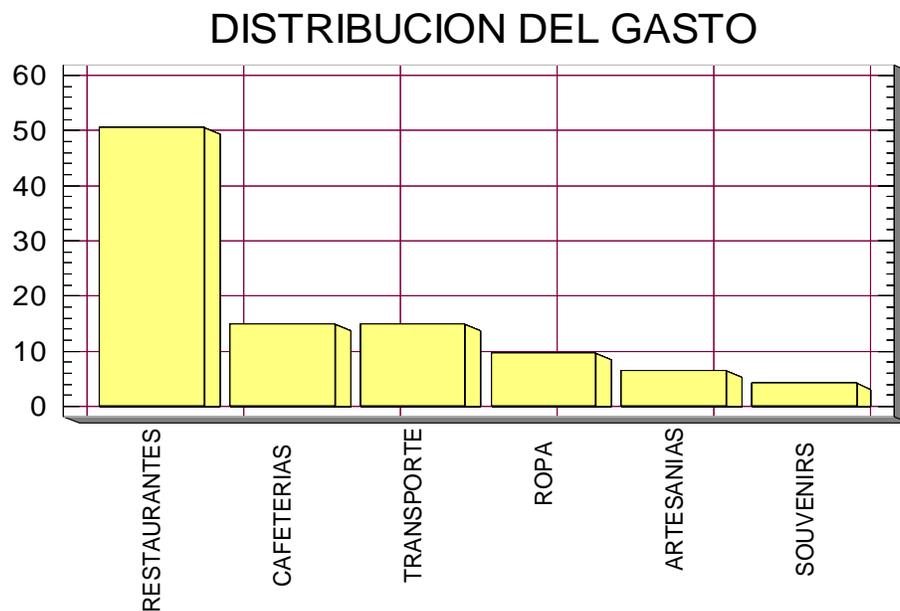
Podría indicar que porcentaje corresponde a los siguientes apartados?

Cuadro 21. Distribución del gasto realizado durante la visita al Santuario

GASTO MEDIO	RESPUESTA	PORCENTAJE
20-50 MIL	27	29.17%
50-100 MIL	48	52.08%
100-200 MIL	11	10.42%
MAS DE 200 MIL	9	8.33%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 17. Diagrama- Distribución del gasto promedio en el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿Podría indicar el porcentaje correspondiente a los siguientes apartados? bares y cafeterías \$20.000 y \$50.000, restaurantes \$50.000 a \$100.000, transporte \$ 20.000 y \$ 50.000, compra de ropa \$100.000 y \$200.000, compra de artesanía local más de \$ 200.000, compra de souvenirs más de \$200.000.

La mayor parte de los turistas distribuye sus gastos en el servicio de restaurantes con un aglutinamiento de turistas del 50,53% y con un gasto promedio de entre \$50.000 y \$100.000 pesos, un 14,74% de los turistas entrevistados manifestó que distribuyo su gasto en el servicio de cafetería, igualmente un 14,74% manifestó que distribuyo el gasto en el servicio de transporte con un promedio que va entre los \$20.000 y \$50.000 pesos, también el comercio, en sus diversos formatos aglutina a un 9,47% con la distribución del gasto en la compra de ropa con un promedio de entre \$100.000 y \$200.000 pesos, un 6,32% de los turistas encuestados manifestó que distribuyo su gasto en la compra de artesanías con un promedio de 200.000 pesos y finalmente un 4,21% de los turistas entrevistados manifestó que distribuyo su gasto en la compra de souvenirs con un promedio de más de 200.000 pesos para esta compra de artículos de acuerdo a como lo indica el diagrama de barras.

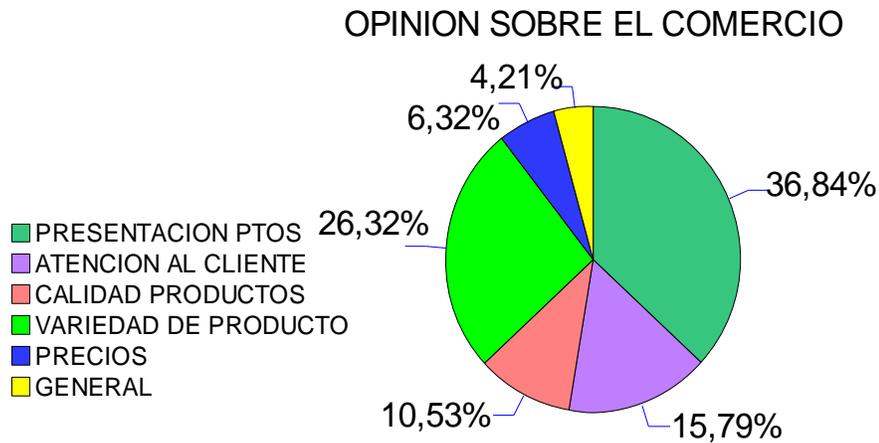
¿Cómo valora los aspectos de los establecimientos comerciales del santuario de las Lajas?

Cuadro 22. Grado de valoración de los establecimientos comerciales del Santuario de las Lajas

ASPECTOS COMERCIO	RESPUESTA	PORCENTAJE
PRESENTACION PROD.	34	36.84%
ATENCION CLIENTE	15	15.79%
CALIDAD PRODUCTOS	10	10.53%
VARIEDAD PRODUCTOS	24	26.32%
PRECIOS PRODUCTOS	6	6.32%
COMERCIO EN GENERAL	4	4.21%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 18. Diagrama- Valoración de los establecimientos comerciales en el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta. En caso concreto de los comercios del Santuario de las Lajas ¿Cómo valoraría los siguientes aspectos? Presentación de los productos, atención al público, calidad del producto, variedad de productos, precios del producto, y aspectos en general del comercio del Santuario de las Lajas.

En este diagrama se analizara la valoración que hacen los turistas sobre una serie de aspectos sugeridos del comercio del santuario de las Lajas en el Municipio de Ipiales, el aspecto mejor valorado del comercio es la presentación de los productos que aglutino la opinión del 36,84 de los turistas entrevistados, el 26,32% de los entrevistados manifestó que el aspecto mejor valorado es la variedad de los productos en el centro religioso, el 15,79% de los entrevistados valoro la atención al cliente, el 10,53% de los turistas entrevistados valoro la calidad de los productos, un 6,32% de los turistas entrevistados dio una buena opinión sobre los precios de los productos que ahí se distribuyen, finalmente el 4,21% de los turistas abordados manifestaron que el comercio en general muestra una buena valoración.

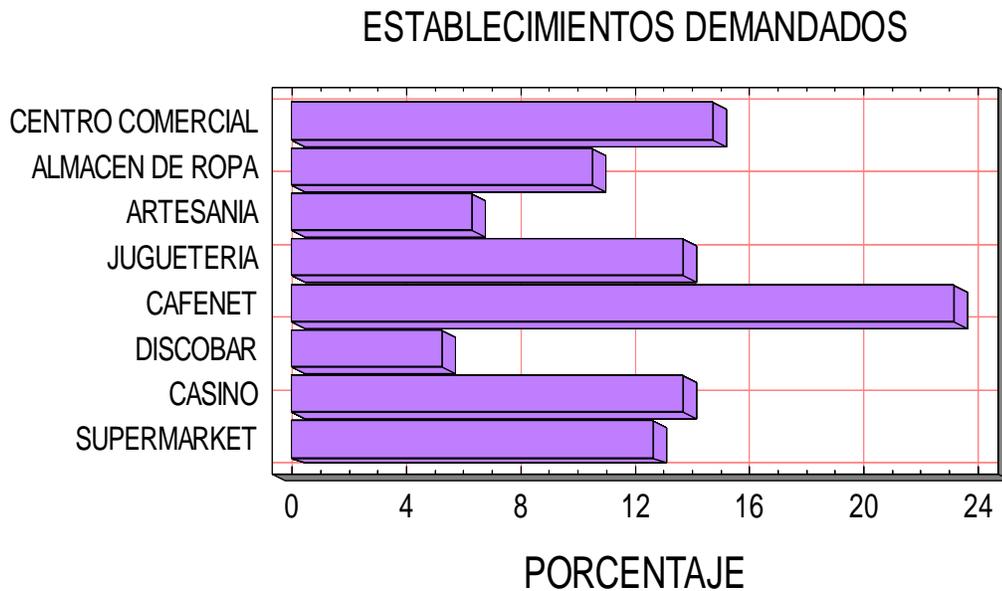
Por favor indique. ¿Qué tipo de establecimiento comercial hecho Ud. En falta?

Cuadro 23. Establecimientos comerciales demandados

ASPECTOS COMERCIO	RESPUESTA	PORCENTAJE
CENTRO COMERCIAL	14	14.74%
ALAMACEN DE ROPA	10	10.53%
ARTESANIAS	6	6.32%
JUGUETERIA	13	13.68%
CAFENET	22	23.16%
DISCOBAR	5	5.26%
CASINO	13	13.68%
SUPERMARKET	12	12.63%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 19. Diagrama- Tipo de establecimiento demandados por el turista en el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta. Por favor indique ¿Qué tipo de establecimiento comercial hecho Ud. en falta?

Acerca de los establecimientos demandados por los comerciantes se tiene que el 23,16% de los encuestados le gustaría que existiera como establecimiento en el Santuario de las Lajas un café internet o cafenet, un 14,74% de los turistas entrevistados enfatizo que lo que le gustaría como establecimiento en el centro religioso sería un centro comercial, un 12,63% de los turistas respondió que le gustaría como establecimiento un supermarket, un 10,53% de los turistas manifestó que el establecimiento que hace falta es un almacén de ropa, un 13,68% enfatizo que el establecimiento que hace falta es un casino, un 13,68% de los turistas respondió que hace falta un almacén de juguetería, finalmente el 5,26% de los turistas manifestó que el establecimiento que hace falta en el centro religioso es una discobar y un 6,32% manifestó que lo que el establecimiento que hace falta en el Santuario de las Lajas es un almacén exclusivo para artesanías de la región.

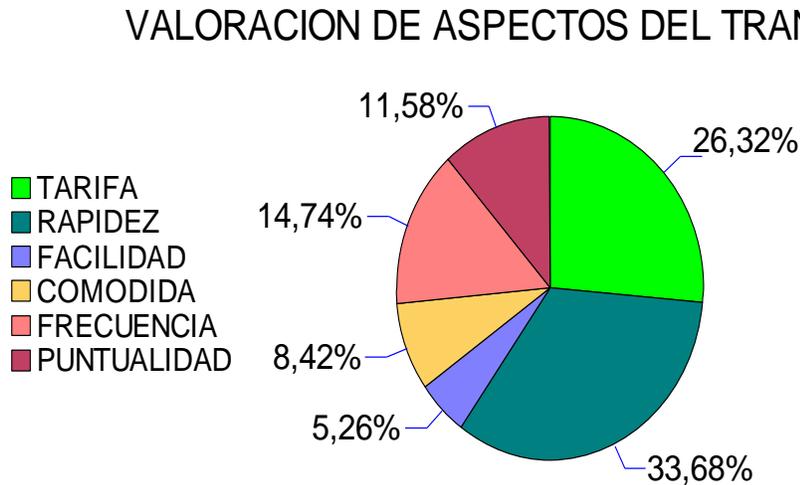
¿Por favor indique la valoración de los aspectos del transporte hacia el Santuario de las Lajas?

Cuadro 24. Valoración de aspectos del transporte Santuario de las Lajas

ASPECTOS COMERCIO	RESPUESTA	PORCENTAJE
TARIFA DEL TRANSPORTE	25	26.32%
RAPIDEZ DEL TRANSPORTE	32	33.68%
FACILIDAD DEL TRANSPORTE	5	5.26%
COMODIDA DEL TRANSPORTE	8	8.42%
FRECUENCIA DEL TRANSPORTE	14	14.74%
PUNTUALIDAD DEL TRANSPORTE	11	11.58%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 20. Diagrama- Valoración de aspectos positivos del Servicio de transporte de Ipiales- el Santuario de las Lajas



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta. Indique por favor ¿cuál es la valoración u opinión del transporte que se presta desde la ciudad de Ipiales hacia el Santuario de las Lajas?

El 33,68% de los turistas encuestados manifestó que el aspecto positivo que percibió del transporte que se presta entre el municipio de Ipiales y el Santuario de las Lajas es la rapidez del viaje, otro de los aspectos más valorados es la tarifa del servicio ya que un 26,32% de los turistas encuestados coincidió con este aspecto, un 14,74% de los turistas encuestados manifestó que el aspecto positivo que más percibió fue la frecuencia en la ruta desde Ipiales hacia el Santuario de las Lajas debido a que existen una gran cantidad de vehículos que prestan este servicio e incluso servicio de camionetas que van desde Ipiales hacia el municipio de Potosí, un 11,58% de los turistas encuestados coincidió que el aspecto positivo que percibió del servicio de transporte que se presta hacia el Santuario de las Lajas es la puntualidad en la salida de los vehículos, un 8,42% de los turistas encuestados manifestó que el aspecto positivo que percibió fue la comodidad en el viaje, y finalmente un 5,26% de los turistas manifestó que el aspecto positivo del transporte es la facilidad en tomar el medio de transporte.

¿Le gustaría volver al Santuario Nuestra Señora de las Lajas?

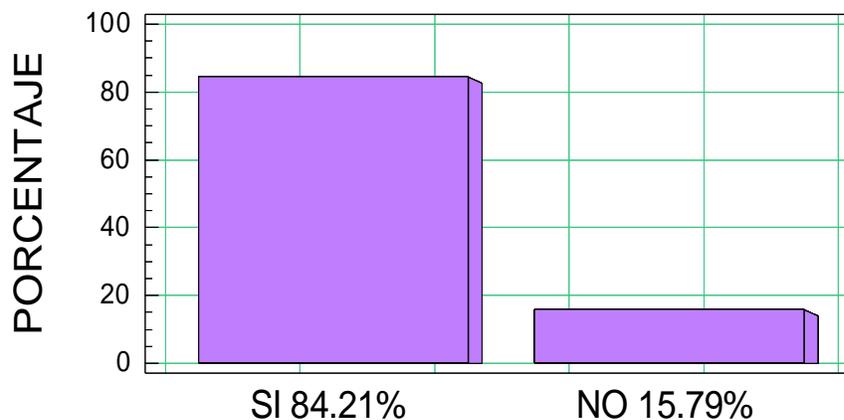
Cuadro 25. Intención de volver al Santuario de las Lajas

CONVENCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	80	84.21%
NO	15	15.79%
TOTAL	95	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 21. Diagrama- Intención de volver a visitar el Santuario de las Lajas

INTENCION DE VOLVER AL SANTUARIO DE LAS LAJAS



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la pregunta ¿le gustaría volver al Santuario de las Lajas? Del total del 100% de los turistas encuestados que corresponde a 95, un 84,21% de los abordados en el Santuario de Lajas durante la investigación y que corresponde a 80 turistas encuestados manifestó que si tiene las intenciones de volver al centro religioso, el restante 15,79% de los turistas entrevistados manifestó que no tiene las intenciones de volver al Santuario de las Lajas por razones de distancia, sin embargo cabe resaltar que de todos los investigados más del 80% tiene la firme intención de volver al atractivo turístico del sur de Colombia y del departamento de Nariño.

Resumen de la Investigación entre los turistas que visitan el Santuario de las Lajas

En el presente cuadro se realiza un resumen de los resultados de las Encuestas aplicadas entre los turistas actuales que visitan regularmente el santuario de las Lajas en el Municipio de Ipiales.

Cuadro 26. Resumen de la Investigación entre los turistas que visitan el Santuario de las Lajas

<u>PREGUNTAS</u>	<u>RESULTADOS</u>	<u>TOTAL</u>
Cuál es su nacionalidad o procedencia	25,26% Colombianos, 23,16% Ecuatorianos, 17,89% Americanos, 12,63% Españoles, 14,74% Suramericanos, 6,32% Asiáticos.	100%
Razones para visitar el santuario	36,84% Ocio o vacaciones, 21,05% Aburrimiento, 26,32% Conocer el sitio turístico, 15,79% Realizar compras	100%
Fuentes de Información utilizadas para visitar el santuario	36,84% Amigos, 26,32% Agencias de turismo, 21,05% Alojamientos/Hostales, 15,79% Folletos turísticos.	100%
Tiempo de visita con el Santuario de las Lajas	31,58% Tiempo 1-2 Horas, 26,32% Tiempo 2-3 Horas, 29,47% Tiempo 3-4 Horas, 12,63% Más de 5 Horas.	100%
Valoración de aspectos del Santuario	21,05% Cafeterías y Restaurantes, 16,84% Seguridad, 18,95% Comercio, 10,53% Limpieza, 8,42% Comodidad, 12,63% Cultura, 5,26% Señalización, 6,32% Información turística.	100%
Grado de satisfacción con la visita al Santuario	46,88% Muy Satisfecho, 26,04% Bastante Satisfecho, 18,75% Medio Satisfecho, 5,21% Poco Satisfecho, 3,31% Insatisfecho	100%
Factores de menos gusto en el Santuario de las Lajas	26,32% Falta W.C Publico, 14,74% Trafico, 12,63% Información, 9,47% Aceras, 10,53% Lejanía, 8,42% Rutas de Acceso, 4,21 Obras adyacentes, 3,16% Lluvia, 2,11% Restaurantes.	100%
Factores de más gusto en el Santuario	26,32% Tiendas, 23,16% Arquitectura, 10,53% Ambiente, 12,63% Puente, 8,42% Senderos/Paseo, 8,42% Restaurantes, 5,26% Clima, 5,26% Gente.	100%
Gasto promedio realizado por el turista	52,08% Gasto \$ 50-100 Mil, 29,17% Gasto \$ 20-50 Mil, 10,42% Gasto \$ 100-200 Mil, 8,33% Gasto Más 200 Mil.	100%
Distribución del Gasto de los turistas	50,53% Gasto en Restaurantes, 14,74% Gasto Cafeterías, 14,74% Gasto Transporte, 9,47% Comercio, 6,32% Artesanías, 4,21% Souvenirs.	100%
Valoración de los establecimientos comerciales	36,84% Presentación de los Productos, 15,79% Atención al Cliente, 10,53% Calidad de los productos, 26,32% Variedad de los productos, 6,32% Precios, 4,21% Comercio en General.	100%

Cuadro 26. Continuación

Tipo de establecimientos demandado por el turista	23,16% Café Internet, 14,74% Centro Comercial, 12,63% Supermarket, 10,53% Almacén de Ropa, 13,68% Casino, 13,68% Almacén de Juguetes, 5,25% Discobar, 6,32% Almacén Exclusivo de Artesanías.	100%
Valoración de aspectos del transporte	33,68% Rapidez, 26,32% Tarifa, 5,26% Facilidad, 8,42% Comodida, 14,74% Frecuencia, 11,58% Puntualidad.	100%
Intención de volver al Santuario de las Lajas	84,21% Si tiene la intención de volver al Santuario de las Lajas, 15,79% No tiene intenciones de Volver al Santuario de las Lajas.	100%

Fuente. Esta Investigación.

3.2 SÍNTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

El número de turistas anuales que visita el santuario de las Lajas en el municipio de Ipiales se estima en unos 30.000, esto supone aproximadamente que del total de turistas que visita la ciudad fronteriza más de un 80% lo hace por visitar el santuario de las Lajas.

Los turistas que visitan el Santuario de las Lajas son en su mayoría Nacionales, es decir, llegan del interior del país, y del vecino país del Ecuador, También sobresalen los turistas Americanos, Españoles y los incluidos en otras nacionalidades como de países de Suramérica, y en menor proporción se identifican turistas asiáticos.

Las dos principales razones para visitar el Santuario de las Lajas en el municipio de Ipiales son conocer el sitio religioso y aprovechamiento de vacaciones.

La principal fuente de información utilizada para visitar el Santuario de las Lajas en el municipio de Ipiales es la que se facilita a través de amigos o conocidos de los turistas, también aparecen como fuentes de información importantes los alojamientos/hostales, y las recomendaciones de las agencias de turismo.

El promedio de duración de la visita es de 2 horas que se eleva en algunas ocasiones a 3 y 4 horas, generalmente en los turistas extranjeros el promedio de estancia en el centro turístico es de 1 hora.

Las cafeterías, los restaurantes, la seguridad ciudadana y los comercios son los aspectos mejor valorados por los turistas que visitan el santuario de las Lajas en el Municipio de Ipiales, sin embargo los turistas le dan un menor valor a aspectos como la señalización del centro turístico y la información turística.

Cerca de la mitad de todos los encuestados que visitan el Santuario de la Lajas en el municipio de Ipiales se muestran muy o bastante satisfechos con la visita al atractivo turístico, cabe señalar que los turistas que estuvieron poco o nada satisfechos representan una minoría.

Los visitantes perciben la falta de W.C Públicos, el tráfico, la falta de información turística, el acceso al centro religioso como los principales elementos de desagrado en la visita, aparte de estas deficiencias, el horario del comercio constituye otro aspecto de desagrado ya que algunos comerciantes cierran sus locales comerciales en horas en que todavía permanecen turistas, otra de las deficiencias a tener en cuenta son las obras adyacentes que se están realizando para el montaje del teleférico y que además se constituye como un elemento de desagrado para el turista que visita en Santuario de las Lajas.

Las tiendas donde se ofrecen artesanías típicas de la región, la arquitectura del Santuario, el puente del Santuario, los senderos para paseos y el ambiente que en si se vive en el atractivo turístico constituyen los principales elementos percibidos por los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Santuario de las Lajas, también aparecen otros elementos positivos como el clima del lugar, los restaurantes y la gente que visita el centro religioso.

El gasto medio por los turistas que visitan el Santuario de la Lajas que visitan el Santuario de las Lajas se los estimó en un rango de entre de \$50.000 y \$100.000, la mayor parte del gasto se destina al consumo en Restaurantes y cafeterías de la localidad, también el comercio en sus diversos formatos aglutina gran parte del gasto promedio de los turistas que visita el Santuario de las Lajas que se distribuye en compra de artesanía local, compra de Souvenirs y otros elementos que ofrece el comercio del centro religioso, cabe resaltar que otra parte del gasto del turista se destina al servicio de transporte entre Ipiales y las Lajas y viceversa.

Un buen porcentaje de los turistas que visitan el centro religioso acceden a los comercios que existen alrededor del Santuario, además que destacaron que es uno de los aspectos que más les gusta del atractivo turístico, aparte de la arquitectura del lugar, y los senderos para los paseos, no obstante el horario de algunos de estos establecimientos comerciales aparece como uno de los aspectos negativos para los visitantes, el aspecto mejor valorado del comercio es la presentación de los productos que se ofrecen, también aparecen la atención al cliente y la gran diversidad de artículos que se ofertan, sin embargo los precios obtiene un bajo porcentaje para la opinión de los turistas, por otro lado los turistas sugirieron que como establecimiento les gustaría que exista una Sala de Cafeinternet adyacente al centro religioso, o un centro comercial o tienda de ropa joven, tienda artesanal y casino son los establecimientos más requeridos.

Las tarifas, La rapidez del viaje Ipiales el Santuario de las Lajas y viceversa son los aspectos mejor valorados del servicio que se presta en este centro religioso, sin embargo aparecen otros elementos mejor valorados como la frecuencia y la puntualidad en la salida de los vehículos, con respecto al grado de volver a visitar el Santuario de las lajas más del ochenta por ciento de todos los turistas encuestados manifestó volver o tener la intención de visitar nuevamente el centro religioso, sin embargo una minoría manifestó no tener la intención de volver al sitio religioso, algunos de ellos manifestaron que no lo hacían por razones de distancia o ubicación geográfica.

3.3. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OPERADORES LOGÍSTICOS

Con el objetivo de conocer los aspectos más importantes de los operadores turísticos que prestan sus servicios en la ciudad de Ipiales, se realizó un total 12 entrevistas entre las agencias más representativas que se encuentran en la ciudad.

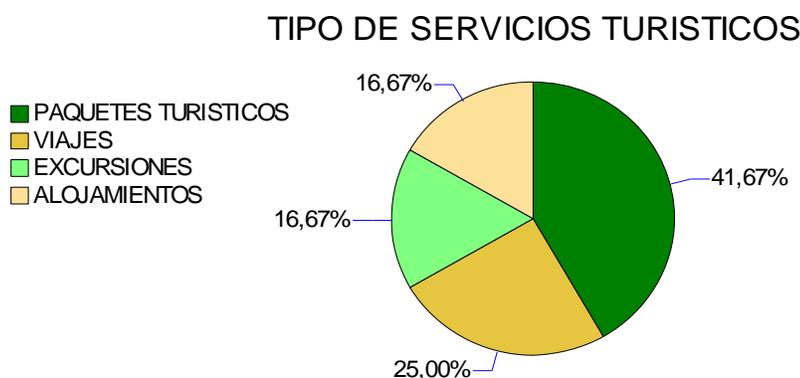
¿Que servicios ofrece?

Cuadro 27. Tipo de servicios que ofrecen los operadores turísticos

TIPO DE SERVICIOS	RESPUESTA	PORCENTAJE
PAQUETES TURISTICOS	5	41.67%
VIAJES	3	25.00%
EXCURSIONES	2	16.67%
ALOJAMIENTOS	2	16.67%
TOTAL	12	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 22. Diagrama- Tipo de servicios que ofrecen los operadores turísticos



Fuente. Esta Investigación.

Con respecto a la entrevista realizada a los operadores turísticos en lo que tiene que ver con la oferta de servicios el 41.67% de las agencias entrevistadas manifestó que ofrece paquetes turísticos completos, el 25% manifestó que ofrece

como servicios viajes, el 16,67% manifestó que ofrece excursiones y finalmente otro 16.67% manifestó en la entrevista que ofrece alojamientos para turistas.

¿Cómo ofrece los servicios turísticos?

Cuadro 28. Medios para ofrecer los servicios turísticos

MEDIOS	RESPUESTA	PORCENTAJE
AGENCIA-OFICINA	5	41.67%
PUBLICIDAD	4	33.33%
INTERNET	3	25.00%
TOTAL	12	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 23. Diagrama- Medios utilizados para ofrecer los servicios turísticos



Fuente. Esta investigación.

Con respecto a los medios utilizados por los operadores turísticos para difundir los servicios el 41.67% de los operadores entrevistados manifestó que el medio utilizado es la agencia turística o la oficina directamente, el 33.33% manifestó que el medio utilizado es la publicidad, y finalmente el 25% de los operadores entrevistados manifestó que utiliza el internet para difundir los servicios turísticos.

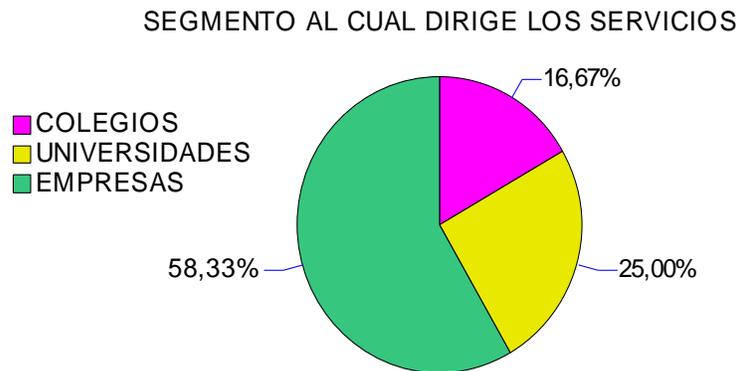
¿A quiénes ofrece los servicios turísticos?

Cuadro 29. Segmento al cual dirige los servicios turísticos

SEGMENTOS	RESPUESTA	PORCENTAJE
COLEGIOS	2	16.67%
UNIVERSIDADES	3	25.00%
EMPRESAS	7	58.33%
TOTAL	12	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 24. Diagrama- Segmento al cual se dirige los servicios turísticos



Fuente. Esta Investigación.

Con referente al segmento al cual los operadores logísticos dirigen sus servicios turísticos el 58.33% de los operadores entrevistados manifestó que al segmento al cual dirige sus servicios son empresas, un 25% universidades y un 16.67% colegios.

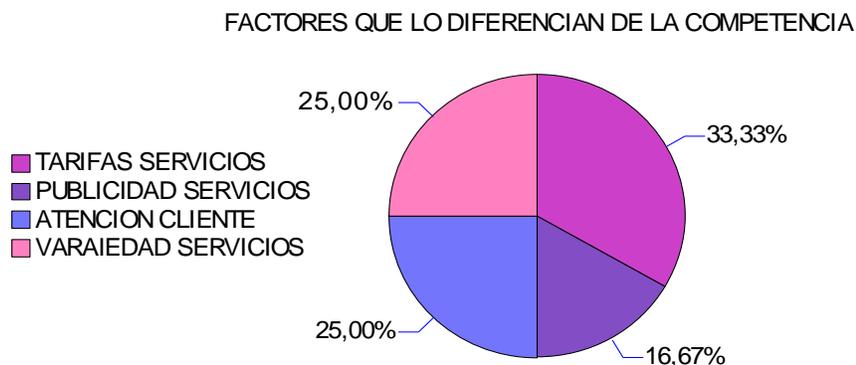
¿Factores que lo hacen diferente a la competencia?

Cuadro 30. Factores que lo hacen diferente a la competencia

FACTORES	RESPUESTA	PORCENTAJE
TARIFAS SERVICIOS	4	33.33%
PUBLICIDAD SERVICIOS	2	16.67%
ATENCION AL CLIENTE	3	25.00%
VARIEDAD SERVICIOS	3	25.00%
TOTAL	12	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 25. Diagrama- Factores que lo diferencian de la competencia



Fuente. Esta Investigación.

Con lo referente a los factores que diferencian a los operadores turísticos de la competencia el 33,33% de los operadores entrevistados manifestaron que los factores que lo diferencia de la competencia son las tarifas, un 16,67% de los entrevistados manifestó que los que los diferencia de la competencia es la publicidad, un 25% manifestó que lo que lo diferencia de la competencia es la atención al cliente entre tanto un 25% más de los entrevistados manifestó que lo que lo diferencia de la competencia es la variedad de los servicios ofrecidos.

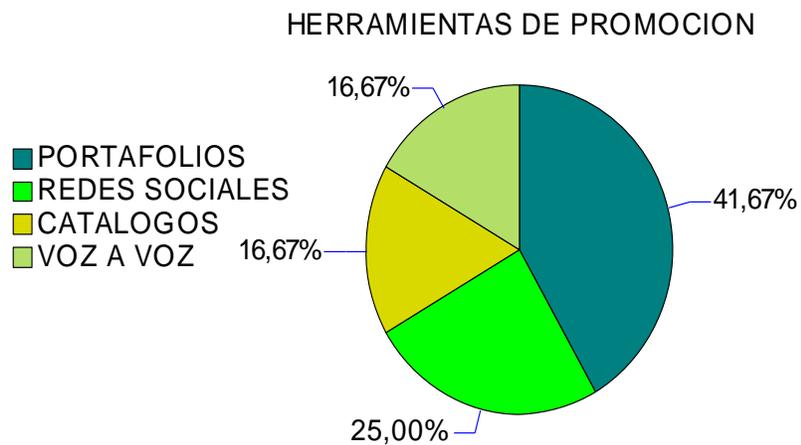
¿Cómo promociona los servicios que ofrece?

Cuadro 31. Promoción de los servicios

PROMOCION	RESPUESTA	PORCENTAJE
PORTAFOLIOS	5	41.67%
REDES SOCIALES	3	25.00%
CATALOGOS	2	16.67%
VOZ A VOZ CONTACTO	2	16.67%
TOTAL	12	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 26. Diagrama- Herramientas de promoción operadores turísticos



Fuente. Esta Investigación.

El 41.67% de los operadores turísticos promociona a través de portafolios, un 25% promociona a través de redes sociales, un 16.67% promociona a través de catálogos y finalmente un 16.67% promociona a través de contacto personal.

¿Su agencia ha participado en ferias de turismo?

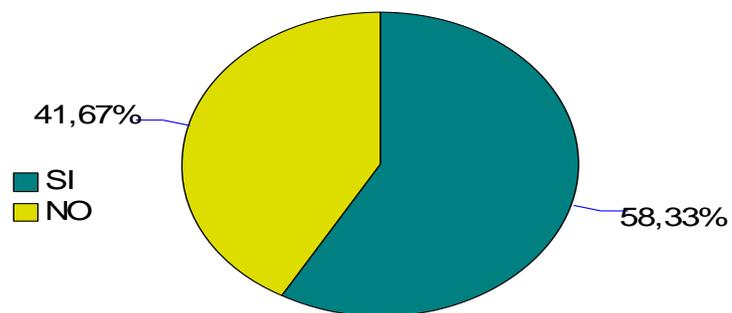
Cuadro 32. Participación en ferias de turismo

CONVENCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	8	58.33%
NO	4	41.67%
TOTAL	12	100%

Fuente. Esta Investigación.

Figura 27. Diagrama- Participación en ferias operadores turísticos

PARTICIPACION EN FERIAS TURISTICAS



Fuente. Esta Investigación.

El 58.33% de los operadores turísticos si ha participado en ferias turísticas, en tanto que el 41.67% restante no ha participado en ferias turísticas en la región.

4. PLAN DE ACCIÓN PARA LA ZONA DE INFLUENCIA TURÍSTICA DEL SANTUARIO DE LAS LAJAS MUNICIPIO DE IPIALES

Cuadro 33. Plan de Acción

Clase	Estrategia	Tácticas	Donde	Presupuesto
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> P R O M O C I O N </div>	E1. Promover la oferta de recursos naturales, culturales arquitectónicos y comerciales de la región. (Con el estilo de vida, emergen valores, juicios, costumbres, hábitos, vínculos humanos que despiertan expectativas y deseos de hacer turismo).	T1. Diseño de un portal Web un Blog exclusivo para la región. (Apoyarse en la tecnología para el diseño y la creación del portal Web de la zona de influencia turística del santuario de las Lajas).	Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia.	\$ 5.000.000
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> P R O M O C I O N </div>	E2. Posicionar la imagen de la zona de influencia turística Santuario de las Lajas ante los turistas actuales y potenciales a nivel nacional e internacional, creando así fidelidad para los servicios turísticos de la región. (Con la forma de habitar emergen los deseos de hacer gimnasia, caminar, hacer turismo, y realizar ciertas acciones.	T2. Implementación de un portafolio de productos y servicios turísticos de la zona de influencia turística del Santuario de las Lajas. (Apoyarse en las tecnologías de la publicidad y el diseño gráfico para crear una cartilla turística de la zona de influencia.	Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia. Zona influencia turística Municipio de Ipiales.	\$ 5.000.000

Cuadro 33. Continuación

<u>Clase</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Tácticas</u>	<u>Donde</u>	<u>Presupuesto</u>
PR O M O C I O N	<p>E3. Promover el nuevo atractivo turístico de la zona de influencia turística del Municipio de Ipiales “Teleférico las Lajas.”</p> <p>(Con los nuevos estilos de vida y los procesos de Globalización emergen deseos y expectativas por realizar turismo de aventura).</p>	<p>T3. Diseñar un video de la ruta del Teleférico las Lajas TLL y del vértigo que se siente a 2.700 msnm y con una longitud de 1.000 mts como forma de turismo de aventura en la región.</p> <p>(Apoyarse en las TIC’s como Twiter o Youtube para promocionar el nuevo atractivo turístico).</p>	<p>Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia.</p> <p>Zona influencia turística Municipio de Ipiales. (Cañón del Guaitara).</p>	\$ 5.000.000
SEGU RIDA D GEST ION	<p>E4. Garantizar las medidas de protección que permitan al turista percibir un ambiente de confianza y tranquilidad</p> <p>(Seguridad en crecimiento que permite al turista empezar a confiar)</p>	<p>T4. Diseñar políticas de seguridad ciudadana para crear conciencia ciudadana en la región.</p> <p>(Apoyo y alianzas estratégicas con la autoridad competente, fomentar programas de seguridad)</p>	<p>Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia.</p> <p>Zona influencia turística Municipio de Ipiales.</p>	\$ 2.000.000
ASO CIATI VIDA D GEST	<p>E5. Promover la unión de actores, propósitos y recursos para desarrollar un trabajo interdependiente y alcanzar un fin común.</p> <p>(Existe voluntad de actores, pero es disperso e independiente, prima el interés particular sobre el social)</p>	<p>T5. Realizar la concertación interinstitucional, la asociación de gremios y la voluntad gubernamental e institucional.</p>	<p>Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia.</p> <p>Entes gubernamentales municipales.</p>	\$ 5.000.000

Cuadro 33. Continuación

<u>Clase</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Tácticas</u>	<u>Donde</u>	<u>Presupuesto</u>
FORMACION DEL TURISMO-GESTION	E6. Preparación básica e integral para desarrollar y fortalecer actitudes y aptitudes pertinentes a este sector económico (En la actualidad existen bajos niveles de formación turística en las instituciones educativas, inexistencia de un programa curricular que genere una cultura turística).	T6. Fomentar políticas de turismo y de los escenarios turísticos con las entidades promotoras "Proexport-Fotur", y entidades de capacitación "Sena"	Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia. Entes promotores "Proexport" Entes capacitadores "Sena"	\$ 3.000.000
INFRAESTRUCTURA GESTION	E7. Promover el cuidado del conjunto de bienes construidos o existentes y de los servicios derivados que permiten cubrir necesidades. (En la actualidad existe deficiencia en mantenimiento de vías de acceso, transporte limitado a sitios turísticos, y tarifas no estandarizadas, pocos sitios información turística).	T7. Fomentar políticas para el mantenimiento de infraestructura cultural y patrimonio arquitectónico	Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia. Zona influencia turística Municipio de Ipiales.	\$ 2.000.000
INVERSION GESTION	E8. Promover la inversión de recursos públicos y/o privados destinados a desarrollar el turismo en la región. (En la actualidad se presentan escasos y dispersos recursos, baja gestión, incentivos inoperantes)	T8. Fomentar la concientización de invertir en el sector turístico, políticas de financiación y crédito.	Corporación las Lajas ente encargado del desarrollo turístico de la zona de influencia. Entes gubernamentales municipales, departamentales, nacionales.	\$ 3.000.000
TOTAL				\$30.000.000

Fuente. Esta Investigación.

4.1 PROPUESTA DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB

Las actividades humanas están vinculadas con la tecnología, y el mercadeo y el turismo no escapan a esta tendencia mundial, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se van posicionando en las tendencias de la gente, es por ello que es necesario relevar las tecnologías de mayor dinamismo como navegación, correo electrónico, chat o conferencias en línea, videoconferencias, conferencia de datos, descarga de información, además existe especialidades en internet como E-Commerce, E-Business, E-mail, Hifietc; es por tal razón que dentro de esta investigación se propone el diseño de una página web donde se considerara el equipamiento y la tecnología: un equipamiento básico que consistirá en un servidor con modem y capacidad de almacenamiento amplio, recursos tecnológicos que se deben considerar programas de elaboración del sitio, herramientas de elaboración de recursos multimedia (video, animaciones, gráficos, imágenes, música para el portal web de la zona de influencia turística zona Ipiales y Santuario de las Lajas.

4.2 TECNOLOGÍAS A UTILIZAR

Las tecnologías a utilizar dentro del diseño de la página Web de la zona turística se describirán a continuación:

Cuadro 34. Tecnologías

<u>El Equipamiento</u> <u>Tecnología Hardware</u>	En este factor tecnológico se debe considerar un servidor con modem que tenga una buena capacidad de almacenamiento con respaldos en línea, además que permita incluir un video de la zona turística, así mismo como animaciones, gráficos e imágenes.
<u>Tecnología Software</u>	Se debe considerar tecnologías apropiadas que diseñen portales o sitios web recurriendo a software especializados que estén que estén diseñados para crear páginas web como Corel Draw, Publisher que nos brinda una gama de opciones para el desarrollo de estos trabajos.

Fuente. Esta Investigación.

4.3 ORGANIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB

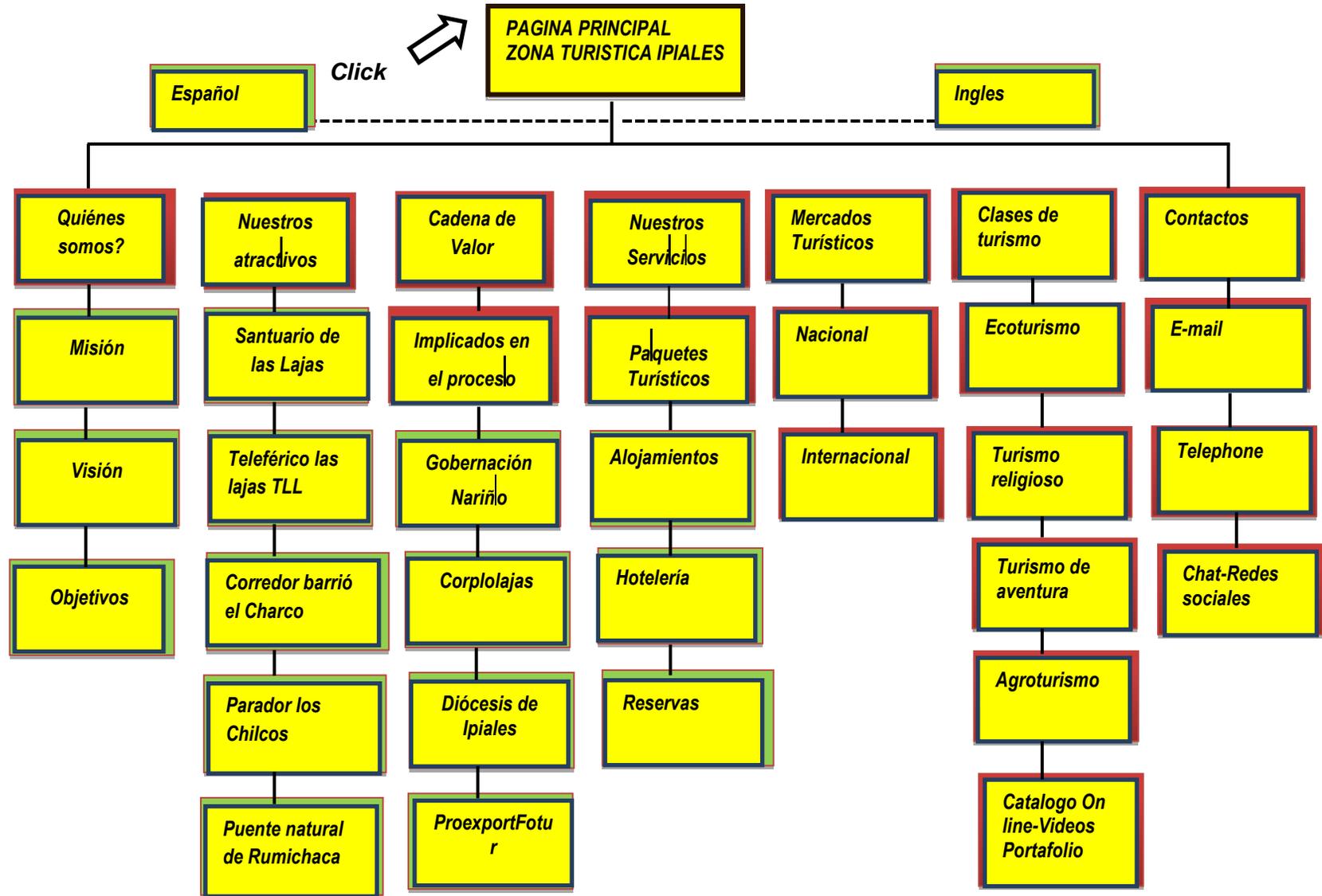
Para hacer una buena presentación web se creara un boceto inicial de la estructura, al hacer esto se está procurando que la audiencia a la que va dirigida puede encontrar orden y así un buen acceso, con esto al encontrar los servicios turísticos les será más fácil encontrar información de los mismos.

En la página web se promocionara a la zona de influencia turística del municipio de Ipiales y el nuevo atractivo turístico el teleférico TLL en el mundo virtual, el sitio web constara de 7 páginas que contendrán textos y gráficos y que estarán vinculados entre sí creando un cuerpo de información, la página principal será donde se comienza a visitar la presentación, esta a su vez ofrecerá un panorama general de la zona turística de Ipiales y de sus diferentes atractivos turísticos.

Por otro lado, cada una de las páginas tendrá una secuencia entre sí que consiste en decidir que contenido ira en cada página, estarán elaboradas en tramas de vínculos para navegar entre ellas utilizando, gráficos, imágenes, botones gifsetc; con respecto a la audiencia o al target del portal web este se enfocara a todas aquellas personas que quieran conocer sobre turismo y sobre la zona de influencia turística del municipio de Ipiales, pues se presentara los sitios turísticos, su historia y todo lo relacionado a los atractivos turísticos existentes en la región ya que se maneja la filosofía del Ecoturismo.

En lo concerniente al alojamiento del portal web, la mejor opción es el alojamiento pagado que por lo general viene dado por el contrato de un proveedor de internet, el cual brinda una conexión con la posibilidad de almacenamiento mediante disco virtual o espacio web, otro medio de obtención es contratando algún servicio de una empresa no dependiente de la conexión a internet, las cuales ofrecen según las capacidades de sus servidores o de su espacio, casi siempre entregan servicios añadidos, como la ejecución de tareas automáticas o cuentas de correo electrónicas, cabe resaltar que el alojamiento pagado es el más adecuado para actividades empresariales ya que posee su nombre de dominio aparte de otros servicios como servidor de correos, bases de datos, foros, chat estadísticas, normalmente las transacciones son electrónicas las tarjeta de crédito, o sistemas de pago como paypal entre los servicios de alojamiento pago están kamezeta.com, amazon.com, quieroverderlo.com, sin embargo existen sitios de alojamiento gratuito para promocionar empresas o negocios pero no son muy recomendables para actividades empresariales, sino para actividades personales debido a que estos sitios tiene algunas restricciones y por ende no se utilizan para actividades de publicidad de negocios a nivel mundial.

Figura 28. Estructura página Web



Fuente. Esta Investigación.

4.4 PROPUESTA PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

En la siguiente figura se propone el diseño del portafolio de productos y servicios en donde se describen las características de la zona de influencia turística del municipio de Ipiales así como de su nuevo atractivo turístico.

Figura 29. Portafolio de productos y servicios

Zona De Influencia Turística Municipio De Ipiales

"Ipiales zona innovadora para vivir el turismo"
"Nariño siempre te sorprenderá"

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Formas De Turismo A Practicar En La Zona.

- **Agroturismo.** Se puede practicar esta clase de turismo en donde el turista se puede involucrar con el campesino en las labores agrícolas, debido a que la zona es una región netamente agrícola.
- **Turismo de Aventura.** En la zona se puede practicar deportes extremos debido a que se contara con un sistema de teleférico a más de 2.500 (msnm), además existen senderos para el ciclo montañismo e incluso para el parapentismo.
- **Turismo Ecológico.** Se puede practicar el ecoturismo debido a que en la zona de influencia se puede visitar varias áreas con atractivo natural dentro de los parámetros de desarrollo humano sostenible en donde existe poca inferencia antrópica.
- **Turismo Religioso.** Se puede efectuar esta clase de turismo debido a que puede visitar varias basílicas de región entre ellas la más importante el Santuario de las Lajas, en donde se puede practicar rituales.
- **Turismo Enoturismo.** Se puede practicar esta forma de turismo debido a que el turista puede conocer la forma de vida, manejo ambiental y costumbres de los grupos étnicos existentes en la zona con fines culturales, educativos, e históricos.

Dirección:
Carrera 6N°7-01
Edificio Juan Pablo II
Oficina 202
Tel: 725 6090

Logo of the Municipality of Ipiales, Narino, and Proexport Colombia.

Fuente. Esta Investigación.

Interior del portafolio de productos y servicios

La zona de influencia turística del santuario de nuestra Señora de las Lajas se ubica al suroriente de Ipiales, departamento de Nariño; a 7 kilómetros de la ciudad y a 11 kilómetros del Puente de Rumichaca, frontera entre Colombia y Ecuador. Se llega a él por una vía pavimentada de excelentes condiciones, completamente iluminada, dotada de un sendero peatonal adyacente debido a la gran cantidad de personas que visitan al Santuario caminando.

Misión.

Dinamizar el turismo en la zona de influencia del Municipio de Ipiales a través de la unión de esfuerzos, difundiendo la identidad cultural y motivando a conocer este destino, con el propósito de fortalecer la economía, garantizar la sostenibilidad medioambiental y mejorar la calidad de vida de los habitantes de nuestra región.

Visión.

Ipiales destino turístico competitivo por excelencia, con amplio reconocimiento nacional e internacional, adecuada infraestructura, atendido por personas amables y cultas, con asociatividad de los actores y alto compromiso de la comunidad, ofreciendo siempre una mirada innovadora para vivir el turismo.



Objetivos Específicos

- Promover la oferta de recursos naturales, culturales y arquitectónicos y comerciales de la región.
- Garantizar medidas de protección que permitan al turista percibir un ambiente de confianza y tranquilidad.
- Generar una alianza interinstitucional para promover el turismo de la zona de influencia del municipio de Ipiales.
- Identificar y priorizar la oferta turística existente en la zona de influencia del municipio de Ipiales y los municipios vecinos.
- Impulsar la competitividad y sostenibilidad del ecoturismo, turismo religioso, agroturismo y etnoturismo en nuestra región.
- Fomentar la preparación básica e integral para desarrollar y fortalecer actitudes y aptitudes pertenecientes al sector económico del turismo.



Atractivos Turísticos De La Región

Basílica del santuario de las Lajas. El santuario de las Lajas cuenta con una arquitectura gótica florecida con una característica muy particular que en lugar de gárgolas presenta en sus exteriores unos ángeles que están dentro del movimiento gótico ya que presentan formas sensuales y alargadas, características propias de las esculturas góticas antes de entrar en el renacimiento, la basílica de las Lajas presenta un estilo artístico que se desarrolló en Europa entre los años 1.140 y 1.300, aproximadamente entre el románico y el renacimiento.

Teleférico las Lajas TLL. Sistema de transporte por cable con un descenso a través del cañón del río guaitara a 2.590 (msnm) y una subida hasta la meseta del municipio de Potosí de (2.650) msnm, recorrido que dispone de todo un entorno con abundantes fuentes de agua, buen clima, amplia infraestructura, vegetación de diferentes tipos y un frondoso bosque con zonas de esparcimiento que permite realizar pequeños paseos por los senderos naturales existentes, ideal para practicar ecoturismo, turismo religioso, turismo de aventura, agroturismo y etnoturismo por la riqueza ancestral de las comunidades asentadas en la zona.



Fuente. Esta Investigación.

CONCLUSIONES

El estudio realizado permitió evaluar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta en la actualidad la zona de influencia turística del municipio de Ipiales y más exactamente el Santuario de las Lajas, estableciendo de esa manera que la zona cuenta con una gran potencial, turístico y ecoturístico que puede ser explotado en pro del beneficio socioeconómico de la región.

La investigación realizada entre los turistas actuales que visitan el santuario de las Lajas y la zona de influencia turística del municipio de Ipiales permitió conocer las principales necesidades, expectativas, y opiniones del turista debido a que las tendencias son cambiantes y cada vez los turistas o excursionistas se inclinan por adquirir servicios turísticos de calidad.

Es necesario realizar un plan estratégico de desarrollo turístico para todo el departamento de Nariño y más especialmente para los sitios o los atractivos turísticos más relevantes con el fin de diseñar un corredor turístico que permita competir con los grandes atractivos de otros departamentos como el Quindío, Valle, Cundinamarca o el vecino país del Ecuador.

La zona de influencia turística del municipio de Ipiales cuenta con espacios para el encuentro, la recreación y el deporte escenarios propicios para consolidarse como destino turístico permitiendo aprovechar la riqueza paisajística y la biodiversidad como elementos base para la práctica de actividades encaminadas a fortalecer este renglón tan relevante de la economía.

El teleférico las Lajas TLL se lo considera en el mediano plazo como uno de los potenciales turísticos del Suroccidente Colombiano, gracias a su posición geoestratégica ya que se encuentra rodeado de una cadena montañosa y del cañón del guaitara y posee incomparables paisajes naturales como escenario para la promoción de la oferta turística y mercados verdes.

El plan de acción propuesto permitió delinear las principales estrategias y tácticas a aplicar en la zona de influencia turística del municipio de Ipiales, sin embargo cabe resaltar la importancia y el papel que juegan las instituciones involucradas en la zona turística como la Gobernación, entidades como Proexport, la Diócesis de Ipiales y Corplolajas para sacar a adelante el sitio turístico más importante de Nariño y Colombia como es el Santuario de las Lajas con todos los habitantes que residen en aquel corregimiento.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Entidad Corpolajas llevar a cabo las estrategias planteadas en este estudio ya que es el ente encargado de la administración del nuevo atractivo turístico del Santuario de las Lajas, teleférico las Lajas TLL, con el fin de implementar la mejor promoción y publicidad para dar a conocer este nuevo atractivo no solo a nivel nacional sino internacional.

Se recomienda realizar periódicamente el análisis situacional de la zona de influencia turística al ente Corpolajas en alianza con la alcaldía municipal de Ipiales para que permita diagnosticar y evaluar en qué posición estratégica se encuentra la zona de influencia turística del municipio de Ipiales frente a la competencia de otras regiones, frente al mercado y frente a las nuevas tendencias de los turistas.

Se le recomienda al ente Corpolajas administrador de la zona de influencia turística del santuario de las Lajas y del teleférico las Lajas TLL, hacer un seguimiento constante de los factores planteados en el cuestionario dirigido a los turistas actuales que visitan la zona de influencia turística debido a que las tendencias y las expectativas del mercado turístico son cambiantes y se hace necesario realizar los procesos de retroalimentación para la zona turística.

Se recomienda a la zona de influencia turística y a los entes encargados de la administración de la zona turística implementar el portal Web como mecanismo para posicionar a la zona turística del municipio de Ipiales en las diferentes formas de turismo como es el turismo religioso, el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo a nivel nacional e internacional.

Se recomienda trabajar en una nueva imagen para zona de influencia turística del municipio de Ipiales y aún más para el teleférico las Lajas TLL, se sugiere un portafolio con una imagen moderna, que refleje que es un producto turístico nuevo, ecológico e innovador en el suroccidente colombiano.

Se recomienda una publicidad de elevada calidad para la zona de influencia turística del municipio de Ipiales orientada a comunicar las ventajas y conveniencias de los servicios turísticos y del potencial turístico que ofrece la región, y que debe ser transmitida en los medios adecuados para que sea vista por la gente que se sepa pueda adquirir los servicios turísticos de la región.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA MUNICIPAL DE IPIALES, Plan Básico de Ordenamiento Territorial (PBOT 2010)

BERNAL Cesar, Metodología de la Investigación, Administración, Economía y Humanidades, Universidad de la Sabana 2011.

CASTRILLON G. Manuel. Planeación Estratégica. Editorial UNAD primera impresión. Santa fe de Bogotá 2007.

CERDA GUTIERREZ, Hugo, Los Elementos de la Investigación, Primera Edición, Editorial, Investigar Magisterio 2011.

CEVALLOS, L. Director Programa Ecoturismo de la UICN.

CHAMORRO, Manuel. Revista La Imagen. Editorial Carrera 7ma Ltda. Diócesis de IpiALES, Nariño-Colombia. 1997.

CORPONARIÑO, Diagnóstico Plan de Acción de la Biodiversidad para Nariño, Comité Interinstitucional 2005 – Versión Preliminar.

CORPORACION LAS LAJAS, proyecto de teleférico las lajas 2012.

CORPORACION DEL FOMENTO Y TURISMO DE SUMAPAZ, producto turístico

FRED R. David, La Gerencia Estratégica, Fondo Editorial Legis, Tercera Reimpresión Febrero 2007.

GABIÑA Juanjo, Prospectiva y Planificación Territorial, hacia un proyecto de futuro.

GOBERNACIÓN DE NARIÑO, Proceso Visión Nariño 2030.

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo, Metodología de la Investigación, Bogotá Noriega Editores 2006.

SERNA G. Humberto. Gerencia Estratégica. Octava Edición. 3R Editores. Bogotá 2003.

STANTON William J. Fundamentos de Marketing. Editorial Norma. Décimo tercera edición.

NETGRAFÍA

GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. Plan Turístico de Cundinamarca. Extraído de: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=65678> [Citado el 11 Noviembre del 2012]

LÓPEZ, Quintas. La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Extraído de www.inder.cu/.../P%20S%20DE%20LA%20CIENCIA%20Y%20LA%20... [Citado el 14 Noviembre del 2012].

NARANJAMARKETING. COM. Planes de marketing. Extraído de: http://www.naranjamarketing.com/mercadeo/planes%20_marketing.html [Citado el 14 Noviembre del 2012]

TORRES, N. Idea de negocio. Extraído de: <http://ntorres.blogia.com/2010/070201-idea-de-negocio.php> [Citado el 16 Noviembre del 2012]

UPICSA. Matriz de evaluación del factor externo. Extraído de: <http://www.sities.com.upiicsaipn.mx> [Citado el 14 Noviembre del 2012]

UPICSA. Matriz de evaluación del factor interno. Extraído de: <http://www.sities.com.upiicsaipn.mx> [Citado el 14 Noviembre del 2012]

GOOGLE.DOCS. plan de mercado. Extraído de: https://docs.google.com/document/d/1impJIMRkP7l3ulbgj6B1cXv5Z9yEmDWoClyXai7_YrE/edit?hl=es. [Citado el 14 Noviembre del 2012]

MINCIT.GOV. cifras sobre turismo. Extraído de: <http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones.php?id=29843>. [Citado el 18 Noviembre del 2012]

MINCIT.GOV. cifras sobre turismo. Extraído de: <http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones.php?id=29843>. [Citado el 18 Noviembre del 2012]

Estadísticas del Sector Turismo que desarrolla el Viceministerio de Turismo no reflejan la realidad de la Industria Turística, sin embargo, por el manejo de los valores agregados de actividades como: Hoteles, Bares y Restaurantes, es lo más acertado posible. Extraído de: http://www.eclac.cl/.../Cambios_institucionales_negociacion_TLC_Colombia_... [Citado el 18 Noviembre del 2012]

MINCOMEX. Ley general del turismo. Extraído de: <http://www.mincomex.gov.co-ley-general-del-turismo> [Citado el 18 Noviembre del 2012]

GOBIERNO EL LINEA. Decreto 1101. Extraído de: <http://www.gobiernoenlinea.gov.co> [Citado el 22 Noviembre del 2012]

MINCOMEX. Promoción del patrimonio. Extraído de:
[http://: www.mincomex.gov.co](http://www.mincomex.gov.co) [Citado el 24 Noviembre del 2012]

UNESCO. Declaración universal sobre la diversidad cultural Extraído de:
unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf [Citado el 26 Noviembre del 2012]

GOBIERNO EL LINEA.Ley 590 de 2000 y ley 300 de 1996. Extraído de:
[http://: www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co) [Citado el 28 Noviembre del 2012]

GOBIERNO EL LINEA.Leyes y normas colombianas. Extraído de:
[http://: www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co) [Citado el 30 Noviembre del 2012]

GOBIERNO EL LINEA.DocumentoCONPES 3303. Extraído de:
[http://: www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co)[Citado el 30 Noviembre del 2012]

QUITOADVENTURE. Teleferico ciudad de Quito. Extraído de: www.quitoadventure.com.
[Citado el 18 Agosto del 2013].

RODRÍGUEZ R. atracciones turísticas del eje cafetero. Extraído de:
<http://www.ftur.uh.cu/intra/.../Apuntes%20sobre%20Modalidades%20Tuísticas.doc> [Citado el 18 Agosto del 2013].

BOGOTATURISMO. Santuario de Monserrate. Extraído de:
<http://www.bogotaturismo.gov.co/santuario-de-monserrate> [Citado el 18 Agosto del 2013].

ANEXOS

**Anexo A. ENCUESTA DIRIGIDA AL LOS TURISTAS ACTUALES QUE VISTAN
EL SANTUARIO DE LAS LAJAS IPIALES**



UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO

La encuesta tiene como objetivo identificar las principales percepciones, actitudes y expectativas que tienen los turistas que visitan el Santuario de las Lajas del Municipio de Ipiales con el fin de estructurar el plan de mercadeo turístico para la organización Corpolajas.

¿Cuál es el lugar desde donde realiza la visita al Santuario de las Lajas?

¿Cuál ha sido la principal razón por la que ha visitado el santuario de las lajas?

Conocer la ciudad Compras en comercio Ocio Aburrimiento

¿Qué fuente de información utilizo para realizar su visita al santuario de las lajas?

Folletos Agencias de viaje Familiar/Amigo Información
Hotel/Alojamiento Oficinas de Turismo Internet T.V

¿Cuál ha sido la duración de su visita? (Horas)

1-2 Horas 2-3 Horas 3-4 Horas Más de 5 Horas

A continuación vamos a citarle una serie de aspectos relacionados con el Santuario de las Lajas, Por favor indíquenos su valoración sobre las mismas. (Puntuación de 0 a 10).

Aspectos	Puntuación (0-10)	% Utilización
Bares/cafeterías		
Seguridad ciudadana		
Comercio		
Limpieza		
Comodidad para pasear		
Oferta cultural		
señalización		
Información turística		

Por favor indique ¿Cuál es su grado de satisfacción con la vista al Santuario de las Lajas?

Muy satisfecho Bastante Satisfecho Medianamente Satisfecho
 Poco Satisfecho Insatisfecho NS/NC

Por favor indique ¿Qué es lo que menos le gusta del Santuario de las Lajas como lugar de visita?

Obras Horario de comercio Falta de información Tráfico
 Aceras
 Acceso al Santuario Lluvia Área de tiendas Falta de W.C
 Público
 Lejanía Restaurante

Por favor indique ¿Qué es lo que más le gusta del Santuario de las Lajas como lugar de visita?

Área de tiendas Ambiente Clima Gente Puente
 Paseo
 Castillo/Santua Restaurantes Otras Cuáles? _____

Por favor indique ¿El gasto medio que ha realizado durante su visita al Santuario de las Lajas? Por persona.

\$20.000-\$50.000 Entre \$50.000-\$100.000 Entre \$100.000-\$200.000
 Más de \$200.000

De la cantidad anterior, podría indicar que porcentaje corresponde a los siguientes apartados?

Aspectos	Puntuación (0-10)	% Utilización
Bares/cafeterías	\$20.000-\$50.000	
Restaurante	\$50.000-\$100.000	
Transporte	\$20.000-	

	\$50.000	
Compra de ropa	\$100.000- \$200.000	
Compra de artesanía local	Más de \$200.000	
Compra de souvenirs	Más de \$200.000	
Otra	\$100.000- \$200.000	

En caso concreto de los comercios del Santuario de las Lajas ¿Cómo valoraría los siguientes aspectos? (Puntuación de 0 a 10).

Aspectos	Puntuación (0-10)	% Utilización
Presentación de productos		
Atención al público		
Calidad de productos		
Variedad de productos		
Precios		
general		

Por favor indique. ¿Qué tipo de establecimiento comercial hecho Ud. En falta?
 Centro comercial Almacén de ropa Artesanía juguetería
 Cafenet Disco-bar Casino Supermarket

Por favor una serie de aspectos de 0-10 como se cumple para Ud. El servicio del transporte en general de Ipiales-las Lajas, puntué de 0-10, sabiendo que 0 es que valora muy mal y el 10 muy bien.

Aspectos	Puntuación (0-10)	% Utilización
Tarifa viaje		
Rapidez del viaje		
Facilidad de acceso		
Comodidad del viaje		
Frecuencia de la ruta		
Puntualidad/regularidad del paseo		

¿Le gustaría volver al Santuario Nuestra Señora de las Lajas?
 Sí No

OBSERVACIONES

¡Muchas Gracias!

Recuerde que los datos recolectados en esta encuesta serán tratados con completa confidencialidad y su uso obedecerá a propósitos netamente académicos

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1. RAZON SOCIAL	
2. DIRECCIÓN	
3. NIT	
4. TELÉFONO	
5. E-MAIL	
6. NOMBRE DEL ENTREVISTADO	
7. CARGO DEL ENTREVISTADO	
8. REGISTRO NACIONAL DE TURISMO	SI NO

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (DESCRIBA EL PERFIL DE SUS TRABAJADORES)

CARGO	FORMACIÓN ACADÉMICA	EXPERIENCIA LABORAL	MANEJO DE IDIOMAS

DESCRIBA LOS VALORES CORPORATIVOS DE LOS TRABAJADORES

VALORES CORPORATIVOS	¿CUALES?	¿CÓMO SE REPRESENTA?
SI	Responsabilidad	
NO	capacitación	
<i>¿Si su respuesta fue afirmativa continúe diligenciado la pregunta?</i>	Honestidad	
	comunicación	

¿Que servicios ofrece?

¿Como lo hace?

¿A quienes se dirige sus servicios?

¿Que lo hace diferente a la competencia?

¿Como promociona los servicios que ofrece?

¿Como maneja la contabilidad de su negocio?

¡Muchas Gracias!

Recuerde que los datos recolectados en esta entrevista serán tratados con completa confidencialidad y su uso obedecerá a propósitos netamente académicos