

PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE BUESACO, NARIÑO
2014 - 2016.

EDER ÑAÑEZ ORTEGA
MAURICIO CORAL DULCE

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

PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE BUESACO, NARIÑO
2014 - 2016.

EDER ÑAÑEZ
MAURICIO CORAL DULCE

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Economista.

ASESOR:
DOCTOR ARMANDO PATIÑO

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

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores”

Artículo 1 de Acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1966 emanada por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

DR. ARMANDO PAZ YAQUENO
Jurado

DR. IGNACIO GARCÉS
Jurado

DR. ARMANDO PATIÑO
Asesor

San Juan de Pasto, Mayo 6 de 2014.

DEDICATORIA

MAURICIO CORAL

A Dios Todopoderoso por iluminarme y guiarme al final de este paso y comienzo
de una nuevo camino.

A mis padres Aura y Luis Alfredo que sin ellos nunca hubiese podido hacer
realidad esta sueño y culminar estos estudios con éxito.

Abuelos Ligia, Eduardo y María por darme todo su apoyo y comprensión para la
culminación de mi tesis.

A mis Hermanos amigos inseparables, por darme su ejemplo y apoyo.
Tíos y primos por estar siempre a mi lado.

A mi compañero de Tesis Eder y cada una de las personas que estuvieron e
hicieron parte de este proceso José, John, Andrea, María Ángela, Dayra, lucho,
Stepha entre muchos otros que no pararía de hacer la lista

A la universidad de Nariño por brindar la oportunidad de estudiar y a mis
profesores

No queda más que agradecer a todos y cada uno.

EDER ÑAÑEZ

A Dios Todopoderoso por iluminarme y guiarme al final de este paso y comienzo
de una nuevo camino.

A mis padres Marlene y Mauro que sin ellos nunca hubiese podido hacer realidad
esta sueño y culminar estos estudios con éxito.

Abuelos, a mis Hermana, tíos y primos por estar siempre a mi lado.

A mi compañero de Tesis Mauricio y cada una de las personas que estuvieron e
hicieron parte de este proceso.

A la universidad de Nariño por brindar la oportunidad de estudiar y a mis
profesores.

No queda más que agradecer a todos y cada uno.

RESUMEN

En el contexto de la investigación que se realizó, en cualquier municipio es adecuado la creación de un plan de acción turístico, ya que siendo Colombia un país emergente, con bajo ingresos, con gran potencial turístico por su ubicación en la zona ecuatorial, por la gran diversidad de fauna y flora y por su relieve es necesario y viable explotar de manera sostenible recurso propios y obtener beneficios económicos que en última instancia genera crecimiento económico y social para el país. Sumado a lo anterior, el Desarrollo de un Plan Turístico traerá para el municipio un progreso administrativo, social y económico. Económico por la activación de las empresas pequeñas familiares los cuales se benefician por la entrada de recursos que no son percibidos en la actualidad, además, del nuevo empleo que genera el turismo y también bonificará a la administración municipal ya que se matricularán comercialmente las empresas, lo que dejará recursos disponibles para el ente; de la misma manera se beneficiará la comunicación administrativa local por el mejoramiento en la red de comunicación entre el poblador y la alcaldía; se espera que en la parte social, al observar la llegada de nuevos turistas se tenga que mejorar la red de servicios públicos, lo que mejora la calidad de vida para el buesaqueño.

ABSTRACT

In the context of the research carried out in any municipality is suitable to create a tourist action plan as being an emerging country Colombia with low incomes, with great tourism potential because of its location in the equatorial zone , the great diversity of wildlife and its relief is necessary and feasible sustainably exploit their own resources and monetize that ultimately generates economic and social growth for the country . Added to this , a Tourism Development Plan for the town bring an administrative , social and economic progress. Economic activation of small family businesses who benefit from the input of resources that are not perceived at present also new employment generated by tourism and will discount the municipal administration as companies are commercially enroll , which will leave resources available to the entity ; in the same way the local administrative communication will benefit from the improvement in the communication network between the resident and the mayor's office ; is expected in the social part , to watch the arrival of new tourists need to improve public services network , improving the quality of life for buesaqueño .

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	18
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.1 TEMA.....	19
1.2 TITULO.....	19
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.3.1 Antecedentes.....	19
1.3.2 Situación actual.....	29
1.3.3 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	33
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	33
1.5.1 Objetivo General.....	34
1.5.2 Objetivos Específicos.....	34
1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	35
1.6.1 Universo De Estudio.....	35
1.6.2 Espació Geográfico.....	35
1.6.3 Tiempo.....	35
2. MARCO DE REFERENCIA.....	36
2.1 MARCO TEÓRICO.....	36
2.2 MARCO LEGAL.....	42
2.3 MARCO CONTEXTUAL.....	45
2.4 MARCO CONCEPTUAL.....	51
3. METODOLOGÍA.....	55
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.3.1 Población.....	57
3.3.2 Muestra.....	57
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	58

3.5	TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	58
4.	DEMOSTRACIÓN DE OBJETIVOS.....	59
4.1.	ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE LA ACTIVIDAD TURISMO A NIVEL NACIONAL Y DEPARTAMENTAL.....	59
4.1.1.	Política Nacional De Turismo.....	59
4.1.2.	Analizar Las Políticas De La Actividad Turismo A Nivel Departamental. ..	82
4.2	SITUACIÓN ACTUAL Y POTENCIAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE BUESACO.....	96
4.2.1	Producto Turístico.....	96
4.2.2	Situación Actual Del Turismo De Buesaco.....	98
4.2.3	Potencial Turístico Del Municipio De Buesaco.....	107
4.3	FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN QUE POTENCIALIZA EL TURISMO EN MUNICIPIO DE BUESACO 2014 - 2016.....	114
4.3.1	Plan Turístico Convencional.....	115
4.3.2	Dofa, Problemas E Imagen.....	160
4.3.3	Formular Plan De Acción Que Potencializa El Turismo En Municipio De Buesaco 2014 - 2016.....	163
4.4	FORMULAR ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURISMO EN EL MUNICIPIO DE BUESACO.....	163
4.4.1	Presupuesto del plan de acción turístico.....	174
4.4.2	Cronograma De Actividades.....	175
4.4.3	Fuentes de financiamiento.....	177
4.4.4	Fuentes de financiamiento.....	178
4.5	ESTIMATIVO DE LOS POSIBLES EFECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE TRAERÍA IMPLEMENTAR EL PLAN DE TURISMO. ..	182
4.5.1	Económicos.....	182
4.5.2	Sociales.....	185
	CONCLUSIONES.....	187
	RECOMENDACIONES.....	189
	BIBLIOGRAFÍA.....	191

NETGRAFIA..... 193
ANEXOS 194

LISTA DE TABLAS

	Pág.
tabla 1. Llegada de turistas internacionales 2011	22
tabla 2. Ingreso por turismo internacional 2011	24
tabla 3. Ingreso por turismo internacional datos históricos.....	24
tabla 4. Ranking de llegada de turistas internacionales.	24
tabla 5. Ranking de ingreso por turismo internacional.	25
tabla 6. Emisión de turistas.....	26
tabla 7. El turismo hacia 2030: turismo internacional por región de destino turismo.	32
tabla 8 . número de entrevistas.....	58
tabla 9. Llegada de turistas en el mundo	71
tabla 10. Llegada de no residentes.....	72
tabla 11. Llegada de turistas extranjeros no residentes a colombia por meses.	72
tabla 12. Viajeros extranjeros no residentes, por países.....	73
tabla 13. Viajeros extranjeros no residentes, por regiones mundiales.....	73
tabla 14. Viajeros extranjeros no residentes, medio de transporte.....	73
tabla 15. Principal ciudad de destino de turistas extranjeros no residentes	74
tabla 16. Motivo de viaje de extranjeros no residentes	74
tabla 17. País de destino de los turistas colombianos.....	75
tabla 18. Principales destinos de turismo interno colombiano.....	76
tabla 19. Visita a parque nacionales naturales (pnn) y los santuarios de fauna y flora (sff)	77
tabla 20. Motivo de viaje de la población	77
tabla 21. Industria turística de colombia.....	78
tabla 22. Número de prestadores activos por su distribución geográfica	79
tabla 23. Áreas de construcción con destino hotel. Estado de obra	81
tabla 24. Balanza de pagos de colombia 2010 - 2013	81
tabla 25. Pib colombiano a precios constantes de 2005.	82
tabla 26. Infraestructura hotelera de nariño	89
tabla 27. Pib sectorial para nariño 2007 - 2011.....	93
tabla 28. Rama de actividad (en miles).....	94
tabla 29. Turismo en nariño	95
tabla 30. Llegada de turista por meses a buesaco en el 2013	101
tabla 31. Percepción de los servicios prestados por buesaco.....	106
tabla 32. Percepción de los servicios prestados por buesaco	112

tabla 33.	Matriz dofa	160
tabla 34.	Plan de acción: reforzar la institucionalidad para el desarrollo del productos turísticos.	165
tabla 35.	Plan de acción, promoción y marketing turístico para buesaco	168
tabla 36.	Plan de acción, fortalecimiento de la infraestructura turística.	170
tabla 37.	Formación para el turismo competitivo.....	172
tabla 38.	Esparcimiento y acceso a la información.	174
tabla 39.	Presupuesto del plan de acción turístico.....	175
tabla 40.	Cronograma de actividades para el plan de accion turístico 2014 - 2016.....	176
tabla 41.	Fuentes de financiamiento	178
tabla 42.	Efectos económicos para buesaco.....	183
tabla 43.	Pronostico de empleo para el plan de acción turístico de buesaco ...	184
tabla 44.	Ingresos a la administración municipal de buesaco	185
tabla 45.	Ingreso municipal de buesaco, periodo 2012 – 2015.	198
tabla 46.	Egresos del municipio de buesaco.....	200
tabla 47.	Asignación de puntajes para valoración de patrimonio cultural inmueble o mueble.....	206
tabla 48 .	Asignación de puntajes para patrimonios naturales	208

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
grafico 1.	Turismo mundial receptor por motivo viaje 2011 23
grafico 2.	Tipo de transporte de turistas 2011..... 23
grafico 3.	Producto interno bruto. Colombia. 2010 - 2013..... 70
grafico 4.	Llegadas a colombia 71
grafico 5.	Servicios de alojamiento para visitantes, tasa de ocupación..... 80
grafico 6.	Área aprobada bajo licencias de construcción con destino hotel (metros cuadrados)..... 80
grafico 7.	Viajeros que reportan a nariño como su principal destino en colombia 90
grafico 8.	Llegada de pasajeros aéreos nacionales 91
grafico 9.	Visitantes parques naturales 91
grafico 10.	Mercado laboral de nariño sep.-nov 2013 94
grafico 11.	Salida de viajero de la ciudad de pasto..... 97
grafico 12.	Destino turístico nacional o internacional 97
grafico 13.	¿conoce el municipio de buesaco? 99
grafico 14.	Rango de edad que visita buesaco 99
grafico 15.	Ocupación de los que conocen buesaco..... 100
grafico 16.	Días de permanencia en buesaco..... 100
grafico 17.	Motivo de viaje a buesaco para el año 2013 101
grafico 18.	Compañía de los viajeros en el 2013 102
grafico 19.	Forma de llegada al municipio de buesaco, en el año 2013..... 102
grafico 20.	Recursos económico gastado en viaje a buesaco 103
grafico 21.	Caracterización de servicios de buesaco 103
grafico 22.	Atracciones de buesaco..... 104
grafico 23.	Actividades que realiza en buesaco 105
grafico 24.	Deporte practicado por los turistas en buesaco 105
grafico 25.	Clase de comida que se encuentra en buesaco..... 107
grafico 26.	Días de permanencias en el lugar de turismo 108
grafico 27.	Motivo de viaje de los pastusos en el año 2013 108
grafico 28.	Compañía de los viajeros..... 109
grafico 29.	Forma de salida de los viajantes de la ciudad de pasto, año 2013 109
grafico 30.	Recursos económico gastado en viaje de los habitantes de san juan de pasto, 2013. 110
grafico 31.	Preferencia de los habitantes de la ciudad de pasto 110

grafico 32.	Atracciones que buscaron en sus viajes los habitantes de san juan de pasto, 2013	111
grafico 33.	Actividades que realiza en un nuevo sitio turístico	111
grafico 34.	Deporte practicado por los turistas.....	112
grafico 35.	Clase de comida que buscan lo habitantes de pasto	113
grafico 36.	Clima que prefieren los habitantes de pasto para salir	113
grafico 37.	Principales competidores del municipio de buesaco.	114
grafico 38.	Población de viajera de pasto por fuera nariño	114

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
IMAGEN 1. Ubicación del municipio de Buesaco en el departamento de Nariño	50
IMAGEN 2. Colombia es pasión.	68
IMAGEN 3. La respuesta es Colombia.	69
IMAGEN 4. Ubicación departamento de Nariño	83
IMAGEN 5. Carroza de carnavales	87
IMAGEN 6. Panorámica capilla Manuel Ignacio Santa Cruz Loydi.....	122
IMAGEN 7. Panorámica centro recreacional Agua Viva	124
IMAGEN 8. Panorámica Balneario los Higuerones	125
IMAGEN 9. Interior del Balneario los Higuerones	126
IMAGEN 10. Panorámicas de puente del Juanambú	127
IMAGEN 11. Artesanías en Fique, alpargatas.	128
IMAGEN 12. Artesanías en Fique, bolsos.....	129
IMAGEN 13. Artesanías en Fique, disfraces para carnaval de los rojos.	130
IMAGEN 14. Comparsa carnaval de los rojos.....	131
IMAGEN 15. Disfráz individual para carnaval de los rojos	132
IMAGEN 16. Comparsa participante en carnaval de negros y blancos en representación de los carnavales de los rojos.....	133
IMAGEN 17. Danzantes en la feria del maíz.....	134
IMAGEN 18. Panorámica del cañón del Juanambú. 2014.	135
IMAGEN 19. Piscinas naturales dentro del parque cañón del Juanambú	136
IMAGEN 20. Zona de camping parque cañón del Juanambú	137
IMAGEN 21. Salto jumping	138
IMAGEN 22. Practica de cayac en el rio Juanambú.....	138
IMAGEN 23. Panorámica del Rio Juanambú.	139
IMAGEN 24. Practica de canotaje en el Rio Juanambú.	140
IMAGEN 25. Cueva de parapetos.....	141
IMAGEN 26. Vía a Pasto - Buesaco, entrada túnel.....	143
IMAGEN 27. Vía a Buesaco; daza.	143
IMAGEN 28. Vía Troncal del Norte Higuerones – La Unión – San Pedro de Cartago – El Empate.....	144
IMAGEN 29. Transporte a Buesaco.....	145
IMAGEN 30. Servicio público de moto-taxi en la cabecera municipal de Buesaco.....	146
IMAGEN 31. Panorámica externa e interna ESE Virgen de Lourdes	146

IMAGEN 32. Panorámica externa, imagen de nuestra Señora de Lourdes.....	147
IMAGEN 33. Panorámica edificio principal acuabuesaco.	148
IMAGEN 34. Planta de tratamiento cabecera municipal.	148
IMAGEN 35. Entrada a basurero Antanas	150
IMAGEN 36. Plaza de mercado.....	151
IMAGEN 37. Plaza de ferias.	152
IMAGEN 38. Teatro municipal Efrén Ortiz León.....	153
IMAGEN 39. Estadio municipal.....	154
IMAGEN 40. Panorámica de tribuna estadio municipal.....	154
IMAGEN 41. Polideportivo municipal, cabecera municipal.....	155

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1. FORMATO DE ENTREVISTA	195
ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA	196
ANEXO 3. INGRESOS DEL MUNICIPIO DE BUESACO.....	198
ANEXO 4. EGRESOS DEL MUNICIPIO DE BUESACO.....	200
ANEXO 5. CLASIFICACIÓN DE LOS BIENES Y ATRACTIVOS	201
ANEXO 6. COMPONENTES DEL INVENTARIO	203
ANEXO 7. VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	204

INTRODUCCIÓN

Es importante que en los procesos de desarrollo se tome en cuenta todos los elementos que generen progreso económico y social, para este fin se desea que la actividad turística encabece tal meta.

En el municipio de Buesaco, esta actividad comienza a tenerse en cuenta y por ende se emprende a aprovechar de manera muy básica y sin un orden adecuado las potencialidades naturales y culturales que posee; por tal motivo y en desarrollo de esta investigación, se propone: Plan De Acción Turístico Para El Municipio De Buesaco, Nariño 2014 - 2016. Se ha identificado a esta situación como un problema para el desarrollo del municipio, se pretende identificar carencias muy puntuales que reducen las posibilidades de aprovechamiento económico de las bondades turísticas, aunado a los efectos que origina en la comunidad un acentuado desinterés, causado por la falta de conocimiento de los alcances de la actividad turística, el cual se pretende desvirtuar con el propósito de encontrar soluciones.

Se proyecta un acercamiento a la realidad para encontrar la incidencia del turismo en el desarrollo local, la necesidad y la utilidad de adelantar un estudio de los alcances de este renglón económico en el municipio, todo a partir de la experiencia de antecedentes y la observación directa.

Para ello se ha trazado una serie de objetivos específicos, en primer lugar esta conocer las políticas turísticas a nivel departamental y nacional y saber cuál es el impacto que tienen estas estrategias, de manera que se conocerá el posible efecto que tendrá la aplicación de un plan de acción turístico en el municipio de Buesaco. En segundo lugar está un estudio de mercado, el cual dará a conocer la situación actual del turismo y con el cual llegara a conocer cuál es la posible demanda que tendrá la implementación de un plan turístico, de igual manera con este estudio se pretende dar paso a la formulación del plan de acción y conocer los posibles efectos económicos que este acarreará. Como tercer objetivo específico se tiene la creación del Plan de Acción Turístico para el Municipio de Buesaco; con lo cual se dará pasó al cuarto objetivo el cual es la formulación de estrategias para impulsar esta actividad en el municipio de acuerdo con los planes nacionales y departamentales, los objetivos 3 y 4 se llevaran a cabo con la ayuda de guías metodológicas que maneja el Vice ministerio de Turismo. Y como último punto en los objetivos específicos está la estimación de los posibles efectos tanto económicos como sociales que trae esta implementación.

Se busca que el proyecto sea para el municipio de Buesaco un punto para adelantar la estructuración de la oferta turística adecuada que genere un desarrollo superior en el departamento de Nariño.

1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA

El turismo, alternativa y posibilidad de desarrollo y crecimiento.

1.2 TITULO

Plan de acción Turístico para el Municipio de Buesaco, Nariño 2014 - 2016.

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Antecedentes. La historia del turismo a nivel mundial nace de la necesidad de las personas por querer esparcimiento luego de trabajar por determinados periodos de tiempo, los individuos buscan salir de sus rutinas diarias y es así como nace el turismo en el mundo. Esta idea de turismo nace hace poco más de quinientos años luego de que se redujera la actividad laboral, ya que no había que trabajar más de doce horas seguidas, es así como quedando tiempo libre durante el día y los fines de semana, buscaban distracción y escapar de sus rutinas diarias; visitando museos, monumentos, playas etc., junto a esto se generalizó las vacaciones de verano. Al comienzo fue afortunado para pocos como los ricos y personas de poderío, aunque actualmente son muchos los que pueden disfrutar de estos beneficios. En la época antigua los motivos de los viajeros no se diferenciaban mucho de las actuales pues se viajaba por: interés político, económico, religioso o simplemente por curiosidad¹.

La relación entre el interés político y económico y la actividad turística en la antigüedad se daba por la conquista de territorios y el incremento de riquezas a través de la comercialización, un ejemplo clásico son los nómadas los cuales se trasladaban de un lugar a otros para encontrar sitios donde el alimento y clima eran adecuados para sobrevivir, luego de agotar estos recursos se trasladaban a nuevas zonas. Los sedentarios pasaron de tener una economía depredadora a una economía productiva en la cual se fomentó la agricultura, la cerámica y la cría de ganados, también habitaban en un lugar fijo, ya que cultivaban y cosechaban frutos y semillas; pero al no poder cultivar todo lo necesario tenían que salir a comercializar sus productos para cambiar con los que no se poseía, trasladándose a centros y sitios de comercio donde se discutía el poder político entre gobiernos. En cuanto al interés religioso es posible observar el sentimiento de personas hacia diferentes deidades, con lo cual las peregrinaciones a sitios sagrados, sin importar la cultura, son masivas, dando lugar al turismo religioso; hoy en día siendo de gran importancia en la actividad turística.

¹ LOURDES CISNEROS, Mustelier. Monografía Antecedentes histórico del turismo, Facultad de Turismo Universidad de La Habana, Cuba 2007. P 1.

Como antecedentes de la antigüedad se tiene: La gran pirámide de Quepas (mayor tumba faraónica de Egipto construida hacia el 2600 A.C.), Jardines Colgantes de Babilonia, construidos durante la misma época por el rey Nabucodonosor, estatua de Zeus en Olimpia, estatua del rey de los dioses de más de 11 metros de altura situada en el lugar donde se celebraron los primeros Juegos Olímpicos en Grecia, los que comenzaron en el año 776, Templo de Artemisa en Éfeso al Oeste de Asia Menor que actualmente pertenece a Turquía, Mausoleo de Halicarnoso Coloso de Rodas: Construido en 280 A.C. en la entrada del puerto de la ciudad de esta isla del mar Egeo, casa de luz situada fuera de Alejandría conocida como Faro de Alejandría, construida aproximadamente 240 años A.C., en Grecia clásica se daba gran importancia al ocio y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos olímpicos de la edad antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos en la ciudad de Olimpia), a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte.²

Pero se debe resaltar que el turismo en si nace en el siglo XIX como consecuencia de la revolución industrial, por desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares³, es aquí donde surge un desarrollo tanto cualitativo y cuantitativo a causa de muchas razones como son la invención de la máquina de vapor por James Watt en 1769, la misma que revoluciona el concepto del transporte al igual que George Stephenson quien inventó la locomotora en 1825; con estos inventos se realizó un gran aporte al desarrollo del turismo ya que se lograba viajes más largos en menores tiempos, además, que eran viajes cómodos para la época aunque eran costosos y solamente pocos podían acceder a estos, sin embargo fue así como se dio comienzo al turismo como una actividad comercial y que abrió más puertas para el resto de actividades tanto económicas, culturales, religiosas entre otras.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Dentro de sus funciones está en llevar las estadísticas de turismo mundial y es así que esta parte se adentra a tocar los estados de turismo global.

El turismo en la economía mundial se ha convertido en una fuente de grande ingresos. Es así como “el turismo internacional espera un crecimiento robusto en 2013”⁴ según informe de Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2012 han

²LOURDES CISNEROS Mustelier. Monografía Antecedentes histórico del turismo, Facultad de Turismo Universidad de La Habana, Cuba 2007. P 2.

³ Ibíd., P 2

⁴ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Barómetro del Turismo Mundial. (Ver en línea) <<http://www.e-unwto.org/content/u872x15658620307/fulltext.pdf?page=1>>. Citado en junio 3 de 2013

superado mil millones de turistas en el mundo, llegando a un crecimiento porcentual de 4% es el ejemplo de Asia y el Pacífico que alcanzaron hasta un 7% de crecimiento durante el año 2012, a pesar de la crisis económica que se enfrenta se espera que el turismo haya tenido un crecimiento no tan pronunciado que alcance en el 2013 de 3 y 4%, para la OMT tiene perspectivas de crecimiento hasta el años 2010 y 2020 de 3.8% anual. Es importante señalar que en la actualidad se ha dejado de lado los sitios turísticos comunes como son Europa y Norte América dando importancia a diferentes y nuevos espacios de concentración turísticas, llevando a que se genere un nuevo rubro económico en países que no contaban con este. Haciendo un recorrido histórico es posible conocer que el crecimiento ininterrumpido desde 1980 con 528 millones de turista hasta 2012 sobrepasando los 1000 millones de turistas⁵.

Turismo internacional, clave para el desarrollo y la prosperidad⁶

Para el 2012 se podría decir que el turismo es motor de impulso hacia la obtención de mayores ingresos, creación de empleo, nuevas empresas y nueva infraestructura de un país. Siendo más importante para países en vía de desarrollo.

El turismo receptor es entendido como el turismo realizado por los extranjeros a un país determinado incluyendo el transporte de pasajeros. Alcanzó en 2011 la suma de 1.2 billones de dólares. El turismo como exportación alcanza a las exportaciones de servicios de 30% y a la exportación de bienes y servicios el 6% todo esto medido a nivel mundial, ocupando el cuarto renglón detrás de los combustibles, químicos y los productos alimenticios.

Para conocer cuál es el impacto económico que tiene el turismo dentro de las cuentas nacionales se creó la CUENTA SATÉLITE DE TURISMO (CST)⁷, la cual mide los impactos que tiene el turismo sobre el PIB, es necesario aclarar que CST se aplica desde 2008 y que muchos países apenas en la actualidad están aplicando esta metodología, ya que en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) de 1993 no consideraba el turismo como parte de ella, es así como a partir de 2001 las Naciones Unidas implementa un libro para manejar la CST “Cuenta satélite del turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual” y solamente hasta 2008 es aplicado.

Con los datos que ha podido reunir la OMT se estima que el porcentaje de participación en el PIB mundial es de 5% mientras, que el empleo que

⁵ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012, P 2.

⁶ *Ibíd.*, P 3.

⁷ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Cuenta satélite del turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual, publicación de las Naciones Unidas, Luxemburgo, Paris, Madrid, new york, año de publicación 2001. Editorial de las naciones unidas, P 4.

proporciona el turismo está entre el 6 y 7% tanto en trabajo directo e indirecto en el mundo, pero para las economías desarrolladas la participación del turismo en el PIB se encuentra en el 2% y 10% para los países en el que el turismo tiene mayor importancia y para islas que es el 25% de su participación en el PIB; todo esto tomado del informe de la OMT⁸.

Como cualquier variable económica es posible decir que al estar enfrentado a una crisis el turismo se ve afectado de igual manera, es decir, con la crisis de la sub prime (2008 – 2009), las crisis financiera (2010), cambios políticos en Medio Oriente y norte de África y los desastres naturales. Es posible afirmar que el ritmo ha sido creciente y que el golpe de las crisis llega tarde o temprano, es así como en 2010 los turistas fueron de 940 millones con un crecimiento de 6.4% con respecto al año anterior, para 2011 fueron 983 millones de turistas en el mundo y con un porcentaje de crecimiento para ese año de 4.6%. En la siguiente tabla se observar la distribución y participación de llegada de turista de igual manera diferenciar los crecimientos de cada región.

TABLA 1. Llegada de turistas internacionales 2011

	LLEGADA DE TURISTAS (MILLONES)			CUOTA DE MERCADO	VARIACION (%)		CRECIMIENTO ANUAL (%) 05 - 11
	2009	2010	2011		2010/09	2011/09	
MUNDO	883	940	983	100	6.4	4.6	3.5
ECONOMIAS AVANZADAS	523	523	523	53.2	4.9	4.9	2.4
ECONOMIAS EMERGENTES	408	441	460	46.8	8.2	4.3	5
POR REGIONES DE LA OMT							
EUROPA	461.7	474.8	504.6	51.3	2.8	6.2	2.3
ASIA Y EL PACIFICO	141.7	150.7	1586.6	15.9	6.4	3.9	2.7
AFRICA	45.9	49.7	50.2	5.1	8.5	0.9	6.3
AMERICA	141.7	150.7	156.6	15.9	6.4	3.9	2.7
MEDIO ORIENTE	52.8	60.3	55.4	5.6	14.2	-8	7.3

Fuente: organización mundial del turismo (OMT) .2012

Según OMT⁹ la mayoría de viajes fueron por ocio y recreación con una cifra de 51% (505 millones), cerca del 15% de los turistas internacionales lo hicieron por negocios y otros motivos profesionales, el 27% lo hizo por razones como vistas religiosas, visitas a amigos, salud, etc. El 51% lo hizo por vía aérea y el restante lo hizo por medio terrestre o acuático. Como se lo observa en las gráficas siguientes No 1 y 2.

⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Op. Cit., P 3.

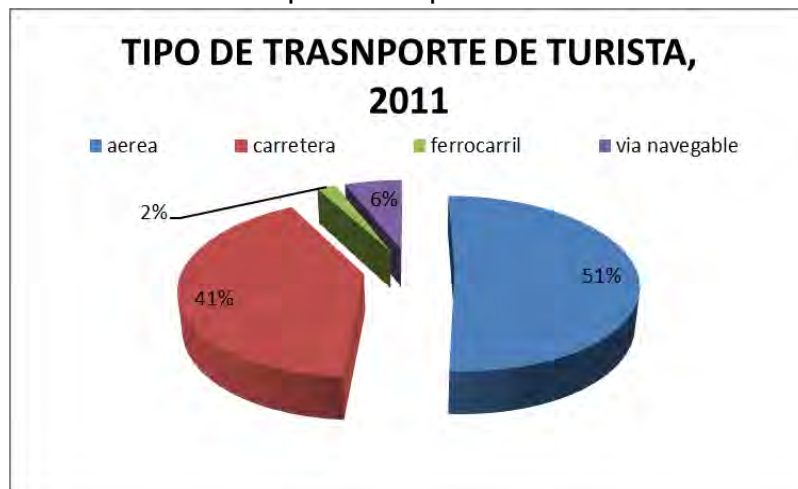
⁹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012, P 4.

GRAFICO 1. Turismo mundial receptor por motivo viaje 2011



Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012

GRAFICO 2. Tipo de transporte de turistas 2011.



Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012

En cuanto a los ingresos por turismo internacional en 2011 los datos estiman que se ha sobrepasado la cifra de 1.03 billones de dólares, con lo que la OMT hace referencia que existe un crecimiento de 3.9% en términos reales y con la variación de 4.6 en término porcentuales de número de turistas, con estos dos indicadores es posible decir que los porcentajes están muy relacionados como se esperaba, además con la crisis se observa que ambos indicadores bajaron su porcentaje.

En la tabla No 1, se observa como el lugar preferido por turistas sea por negocio, salud, ocio, se encuentran: Europa, América, Asia el Pacifico y Medio Oriente que registro un crecimiento negativo¹⁰.

¹⁰ Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012, P 5.

De la misma manera la OMT presenta dos cuadros¹¹ en el cual relaciona datos del año 2011 y los datos históricos en cuanto ingresos de por turismo en dólares y la participación de cada una de las regiones (TABLA NO 2 y 3)

TABLA 2. Ingreso por turismo internacional 2011

	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL, MONEDAS LOCALES, PRECIOS CONSTANTES (%)	CUOTA DE MERCADO (%)	INGRESOS EN DÓLARES (MILLONES)
	2011 / 2010	2011	2011
MUNDO	3.9	100	1030
ECONOMÍAS AVANZADAS	4.8	64.5	664
ECONOMÍAS EMERGENTES	2.2	35.5	366
POR REGIÓN DE LA OMT			
EUROPA	5.2	45	463.4
ASIA Y EL PACIFICO	4.4	28.1	289.4
AMÉRICA	4.2	19.3	199.1
ÁFRICA	2.2	3.2	32.6
MEDIO ORIENTE	-14.4	4.5	45.9

Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012

TABLA 3. Ingreso por turismo internacional datos históricos.

AÑO	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (MILES DE MILLONES)							VARIACIÓN PRECIOS CONTANTES			
	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011	2008 / 2007	2009 / 2008	2010 / 2009	2011 / 2010
USD	262	403	475	679	853	927	1030	5.6	-9.1	6.9	7.7

Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012

Es importante señalar cuáles son los principales sitios a los cuales los turistas tienen mayor llegada, es así, como en la tabla número 4, se observa un listado de los países que tienen el mayor número de llegadas provenientes de diferentes lugares del planeta.

TABLA 4. Ranking de llegada de turistas internacionales.

LLEGADAS INTERNACIONALES					
PUESTO	PAÍS/ AÑO	MILLONES		VARIACIÓN	
		2010	2011	2010/2011	2011/2010
1	FRANCIA	77.1	79.5	0.5	3
2	ESTADOS UNIDOS	59.8	62.3	8.8	4.2
3	CHINA	55.7	57.6	9.4	3.4
4	ESPAÑA	52.7	56.7	1	7.6
5	ITALIA	43.6	46.1	0.9	5.7
6	TURQUÍA	27	29.3	5.9	8.7
7	REINO UNIDO	28.3	29.2	0.4	3.2
8	ALEMANIA	26.9	28.4	10.9	5.58
9	MALASIA	24.6	24.7	3.9	0.6
10	MÉXICO	23.3	23.4	4.2	0.5

Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012

¹¹ Ibíd. P 6.

La tabla número 5 indica un ranking de cuáles son los países en los que se gasta más dinero (dólares).

TABLA 5. Ranking de ingreso por turismo internacional.

INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL					
PUESTO	PAÍS / AÑO	MILES DE MILLONES DÓLARES		VARIACIÓN (%)	
		2010	2011	2010/2011	2011/2010
1	ESTADOS UNIDOS	103.5	116.3	9.9	12.3
2	ESPAÑA	52.5	59.9	-1.2	14
3	FRANCIA	46.6	53.8	-6	15.6
4	CHINA	45.8	48.5	15.5	5.8
5	ITALIA	38.8	43	-3.6	10.9
6	ALEMANIA	34.7	38.8	0.1	12
7	REINO UNIDO	32.4	35.9	7.5	10.9
8	AUSTRALIA	29.8	31.4	17.4	5.5
9	MACAO (CHINA)	27.8	(- -)	53.2	(- -)
10	HONG KONG (CHINA)	22.2	27.7	35.3	25

Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012

De acuerdo a las tablas anteriores es posible afirmar que en gran parte del mundo la actividad turismo es importante para las economías de los países, convirtiéndose en un fuerte eje impulsador para el empleo, el consumo, la productividad, la industria de bienes y servicios y por su puesto para el desarrollo económico y social de los países activos en esta rama.

Para América según la OMT se registró un incremento de 6 millones de visitantes; con ello llegaron hasta 157 millones de visitantes en 2011¹². Con un incremento positivo de 5.7% en termino de ingresos por turismo pasando de 180000 a 199000 millones de dólares en 2011.

“América del sur sigue a la cabeza en crecimiento”¹³ con un 9% de crecimiento del actividad turismo encabezado por países como Uruguay, Paraguay, Perú y Chile con crecimientos de 22, 13, 13 y 11 % respectivamente y en cuanto a la salida de turistas el primer puesto está en Brasil, sus gastos en este sector registró un incremento de 30%.

Es importante resaltar que las naciones con mejores expectativas económicas son las que serán fuertes en el turismo mundial atrayendo y demandando este servicio.

En cuanto a Colombia los estudios de la OMT¹⁴ han revelado que por turismo llagaron 2305 turista en el año 2009 en 2010 alcanzó la entrada a 2385, para

¹² ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012, P 9

¹³ Ibid., P 9

¹⁴ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012, P 10.

2011 no existen datos en cuanto a ingresos; en 2009 alcanzo 1999 millones de dólares y en 2011 llego a 2201 mil con una participación de 1.1% en toda América.

En cuanto al turismo emisor, las personas de mayores ingresos se espera que sean los que más viajen. Según la OMT “Tradicionalmente, los mercados emisores de turismo internacional han sido en gran medida las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico.”¹⁵ De acuerdo a lo anterior se presenta la tabla 6. También la emisión se hace dentro la región; según datos es posible afirmar que 4 de cada 5 personas que viajan lo hacen dentro de la misma región.

TABLA 6. Emisión de turistas.

	SALIDA DE TURISTAS (MILLONES)							CUCUTA (%)	VARIACIÓN		CRECIMIENTO MEDIA ANUAL (%)
	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011		2011	2009/2010	
Mundo	435	528	674	799	883	940	983	100	6.4	4.6	3.3
Origen											
Europa	250.8	303.5	388.8	449.8	476.8	492.9	516.6	52.5	3.4	4.8	1.9
Asia y el pacifico	58.7	86.1	113.9	152.7	179.5	204.4	215.3	21.9	13.9	5.3	5.9
América	99.3	108.5	130.8	136.5	146.9	155.8	162	16.5	6.1	3.9	2.9
Medio oriente	8.2	9.3	14	22.6	32.6	35.8	36	3.7	9.7	0.5	8.1
África	9.8	11.5	14.9	19.3	25.6	28	29.3	3	9.5	4.5	7.2
Origen no especifico	7.8	8.6	11.2	18.4	21.6	23	24	2.4			
Misma región	349.2	423.3	532.2	629.3	686.3	723.8	763.8	77.7	5.5	5.5	3.3
Otras regiones	77.6	95.7	130.2	175.1	175.1	195.3	195.3	19.9	10.2	1.2	4.4

Fuente: organización mundial del turismo (OMT). 2012.

Luego de este pequeño resumen de la historia del turismo mundial es importante centrarse un poco más en el estudio correspondiente al proyecto de tesis y por lo tanto conocer un poco acerca de los antecedentes con que cuenta el turismo en Colombia y su historia. Se remonta al 17 de junio de 1954 con la creación de la Asociación Colombiana de Hoteles (Acotel)¹⁶ en Barranquilla que fue gestionada por John Sutherland, entonces gerente del hotel Tequendama, el 24 de octubre de 1957 el gobierno creó la empresa Colombiana de turismo por decreto (0272)¹⁷ mientras que los restaurantes se agremiaron en la asociación Colombiana de grandes restaurantes (ACOGAN)¹⁸. La alcaldía de Bogotá en 1959 creó el instituto de cultura y turismo de Bogotá.

¹⁵ Ibid., P 12.

¹⁶ WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. Turismo en Colombia (en línea)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia>. Citado en junio 15 de 2013.

¹⁷ WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. Turismo en Colombia (en línea)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia>. Citado en junio 15 de 2013.

¹⁸ Ibid., Wikipedia.

Se recalca que el turismo en Colombia es regulado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo con asocio de los Ministerios de Cultura y Hacienda con el fin de promover la economía del país y la generación de empleo.

Ahora bien, para continuar con el resumen de la historia del turismo en Colombia es importante mencionar algunos de los principales hitos de la historia del turismo Colombiano:

En 1984, La Terminal de Transportes de la capital del país inicia operaciones. Hoy es la más grande de Colombia y despacha para 76 empresas de transporte inter departamental de pasajeros.¹⁹

En 1989, Desaparecen en masa los trenes de pasajeros. Ahora operan algunos trenes privados como el de la Sabana, de la Montaña y Girardot. Min transporte, a través de Inco, Administra Turistren y el Tren de Café y Azúcar²⁰.

En 1990 American Airlines llega a Colombia. Arranca con vuelos desde Bogotá y Cali a Miami (E.U). Hoy los colombianos pueden viajar por la aerolínea a 250 Ciudades en más de 40 países, a través de la conexión de Miami²¹.

En 1993 Cartagena es declarada Patrimonio de la Humanidad. Posteriormente reciben el reconocimiento Mompos, El parque Los Katios, los parques Arqueológicos San Agustín y Tierra Adentro, el Carnaval de Barranquilla, Palenque de San Basilio y la isla Malpelo²².

En 1993 Por primera y única vez en el país se ofrecen paseos en submarino. Lo hace Aviatur a bordo de El Barracuda, en San Andrés. En el 2005 el proyecto se hunde y el submarino es devuelto a Finlandia²³.

En 1998 se abre Maloca en Bogotá, el centro interactivo de ciencia y tecnología más grande de Latinoamérica. En el 2008 se presenta en el Campamento Internacional de Ciencia e Ingeniería de Seúl (Corea).

En 1999 el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca) abre sus puertas en el Quindío. Una idea Colombiana exportada a Costa Rica, que revoluciona el entretenimiento y lo asocia a la contemplación de la vida del campo.²⁴

¹⁹ EL TIEMPO, 25 Hitos de la historia del turismo colombiano, Sección Viajar. Fecha de publicación 16 de octubre de 2008

²⁰ EL TIEMPO, 25 Hitos de la historia del turismo colombiano, Sección Viajar. Fecha de publicación 16 de octubre de 2008

²¹ Ibid., EL TIEMPO

²² Ibid., EL TIEMPO

²³ Ibid., EL TIEMPO

²⁴ Ibid., EL TIEMPO

Estos son entre otros unos de los más importantes antecedentes que se presentan en el desarrollo del turismo Colombiano, los cuales son de carácter fundamental mencionarlos ya que son un referente para adentrarse hacia los antecedentes que tiene la región en particular.

El departamento de Nariño es conocido por una gran variedad de atracciones turísticas desde diferentes puntos de vista tanto culturales, religiosos y naturales. Entre los principales atractivos turísticos que tiene el departamento de Nariño está El Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, el Volcán Galeras, La Laguna de La Cocha, La Isla la Corota, los nevado de Chiles y Cumbal, la Laguna de Cumbal, el Nudo de Los Pastos, termales de Ipiales y La Cruz, La Isla de Tumaco, la playa Boca grande, museos y sitios históricos en diferentes municipios, anualmente se celebran los Carnavales de Negros y Blancos.

Además este departamento es conocido por sus carnavales EL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS en su más formidable expresión. Declarada en el año 2002 Patrimonio Cultural de la Nación y el 30 de septiembre de 2009 fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por el comité de la UNESCO²⁵, esta festividad se celebra cada año en la capital nariñense como centro de ella, pero en cada uno de los municipios de Nariño y en algunos municipios de los Departamentos de Cauca y Putumayo también los realizan y atrae a turistas de todos los rincones del país y del extranjero. Constituye una muestra cultural autóctona; una fusión perfecta de las influencias que se encontraban a lo largo de los siglos en esta región: rituales indígenas, expresiones culturales de los españoles y de la cultura africana.

Echo este recorrido por los antecedentes que se presenta a nivel mundial como nacional y regional es necesario centrar la atención en donde se realizará la investigación -Municipio de Buesaco- y conocer los antecedentes turísticos con que cuenta el ente territorial, es importante partir de que “El actual territorio del municipio fue habitado por los Buesacos (Grupo étnico de los Quilla singas que poblaron el sur del país)”²⁶.

Además, otros hallazgos que son de interés para los turistas son tres petroglifos ubicados en el Rosal del Monte, Meneses y la Quebrada de San Antonio. Además se tiene determinado en el corregimiento de Santa Fe una vasta zona como centro arqueológico, en el cual se tienen identificadas varias tumbas que se encuentran en investigación y en curso de la aplicación del Carbono 14 para determinar su antigüedad. Buesaco fue fundado en 1618 por el capitán Cázanosla con la ayuda

²⁵ UNESCO, Listas del patrimonio cultural inmaterial y Registro de mejores prácticas de salvaguardia. (ver en línea) <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=ES&pg=00011>>. Citado septiembre 4 de 2013.

²⁶ PEDREROS JR, Dayra, Gissellemi Buesaco, puerta de oro al norte de Nariño, (ver en línea) <<http://Buesaco.blogspot.com/2007/06/historia.html>>. Citado septiembre 4 de 2013

de Sebastián de Belalcázar²⁷, estos son unos pocos apartes de las reseñas históricas con que cuenta este municipio para así poder crear un ambiente turístico que represente un crecimiento tanto económico como social. También se cuenta con la batalla que libró el libertador Simón Bolívar, en la región del Rio Juanambú; además de estas reseñas históricas que son de gran interés para los turistas que visitan el municipio, también existen atractivos naturales entre los que se tiene: El Cañón del Juanambú, El Valle de Runduyaco, Rio Juanambú, Rio Pajajoy, Rio Hijagui, Las Cuevas de Parapetos entre otros, sin nombrar el innumerable paisaje turístico natural que se contempla en todo el municipio ya que está rodeado de un sin número de fincas cafeteras y frutales.

También se encuentra atractivos culturales como son: Casa Museo de la Familia Villota, Conjunto Parroquial de San Ignacio, Museo Jun, Centro Recreacional Agua Viva, Balneario Veracruz, Estadero El Estuario, Estadero Higueros, Puente Colgante del Juanambú, Puente El Socorro, Puente de Los Arcos, Puente Tablón de Gómez, Camino de La Libertad, Carnaval de Los Rojos, Artesanías en Fique, Feria del Maíz y agrupación Los Petroglifos, el municipio como Zona Arqueológica. Complementario a estos también se puede hablar de otras atracciones para los turistas como son los balnearios, los estaderos y centros de recreación con que cuenta el municipio. Estos son unos pocos apartes de las reseñas históricas y atractivos con que cuenta este municipio.

1.3.2 Situación actual.

El turismo es una actividad que hoy en día dinamiza la economía de una determinada región, es considerado como el multiplicador de las economías, su gradual intensificación en la región, se debe al auge que presenta esta actividad a nivel mundial; reflejando sus efectos expansivos benéficos, hacia todos los actores involucrados en el sector y a la vez en una reactivación de otras actividades que articula la cadena productiva y de otras cadenas de valor, dando como fin, una fuente de crecimiento y posterior desarrollo socioeconómico, generada en la incidencia directa en variables como: el empleo, la inversión, el ingreso. Tanto así que en la actualidad el turismo se posiciona como una actividad prioritaria económicamente tanto para Colombia, Nariño y el municipio de Buesaco.

Para Colombia según los datos básicos de turismo se vislumbran una buena perspectiva a futuro esto gracias a las acciones de mejora competitiva para esta actividad que ha puesto en marcha el gobierno Colombiano, además de esto se debe tener en cuenta la apreciación del dólar frente al euro ya que esto ha favorecido que entre los extranjeros que principalmente llegan a Colombia en calidad de turistas se encuentren visitantes de Estados Unidos, Venezuela y Ecuador. Según el DANE en la actualidad el sector turístico colombiano representa el 5% del PIB de Colombia al suponer una contribución total de 16.800

²⁷ Ibid., PEDREROS JR

millones de Dólares en 2011 estos números se prevé se incrementarán en un 3.6 para hasta llegar al año 2022 cuando se estima que represente una contribución de 25.350 millones de dólares. Es notable ver cómo año tras año crece la actividad turística en el país ya que si se pone a consideración las cifras mostradas por el DANE desde el año 2004 hasta la fecha es evidente el crecimiento del sector ya que ha pasado de un aporte al PIB de 2.3% en el 2004 a un 5% en los años actuales.

Ahora bien en cuanto a la entrada de visitantes se pueden mirar que los orígenes principales de los turistas que entran a Colombia son de: Estados Unidos, provenientes de Miami y New York, Venezuela provenientes Caracas y Ecuador. Esto se debe al tipo de cambio de moneda mundial. En la actualidad los destinos principales de estos viajeros son: el 52.3% se alojan en Bogotá, la segunda Ciudad más visitada es Cartagena y la tercera es Medellín. Es notable el crecimiento de este sector en el país lo que se debe al buen manejo de políticas de crecimiento que se realizan en Colombia tanto en el mejoramiento de vías e infraestructura en las Ciudades así como el crecimiento de las vías de información que cada vez más hacen ver a Colombia como un buen lugar para visitar. Un buen indicador para observar este crecimiento en los últimos años del sector turismo es la balanza de pagos ya que según PROEXPORT, en materia de generación de divisas con más de 3.200 millones de dólares en la balanza de pagos por concepto de viajes y transporte, hoy en día el turismo es la tercera fuente de divisas después del petróleo y el carbón.

En cuanto a la situación actual de la actividad turística en el departamento de Nariño se contempla que el departamento es considerado como uno de los potenciales turísticos del país, esto gracias a su posición geoestratégica ya que se encuentra rodeado por una cadena volcánica y posee incomparables reservas naturales, Lagunas y paisajes como escenarios para la oferta turística y mercados verdes. En Nariño encontramos como principales servicios turísticos: el turismo deportivo, cultural, científico, religioso, astronómico, de aventura y de salud. Esta actividad es de gran importancia para el departamento ya que se considera como una actividad impulsadora de la economía local pero hay que tener en cuenta que en Nariño a pesar de tener tanto potencial para esta actividad no se explota de la manera más adecuada por falta de implementación de buenas políticas que traigan consigo crecimiento para el departamento como en infraestructura y últimamente en seguridad ya que la carencia de estos ítems hace que esta actividad se vea rezagada en este departamento con relación a otros, aun así Nariño en la apuesta turística, forma parte del cluster sur occidental que tiene como eje central la Ciudad de Cali, la que recibe el 5% de los turistas extranjeros, el departamento de Nariño tiene como ejes básicos de turismo: el Santuario de las Lajas, La Cocha, los parques nacionales naturales de La Corota, Sanquianga, La Planada, La Laguna de Cumbal y las playas de Tumaco. Es importante anotar que en la actualidad hay un crecimiento significativo en lo que se refiere al turismo de salud ya que en la Ciudad de Pasto el aumento de la demanda de los servicios de

medicina estética, oftalmológica y odontológica por visitantes nacionales y extranjeros, en especial del Ecuador, todo esto conlleva a tener una mentalidad hacia una mejor organización y estructuración del turismo para que sea más competitivo y se aproveche este sector de clase mundial.

El municipio de Buesaco se encuentra en una situación actual turística un poco rezagada, a pesar de que en el municipio existe un gran potencial para aprovechar y difundir con el fin de que se incremente el turismo para este sector, cabe anotar que los malos manejos por parte de las últimas administraciones del municipio prácticamente han dejado a este sumergido en un aberrante retraso ya que al no aplicar las políticas de crecimiento económico y la falta de proyectos de infraestructura orientados a mejorar tanto el casco urbano como rural del municipio han dejado un retraso evidente a Buesaco si se lo compara con otros municipios de la zona.

Pero aun así el fácil acceso al municipio por la cercanía que tiene con Pasto hace que día a día sea una gran atracción para visitantes tanto extranjeros como del interior del país, actualmente se viene desarrollando en el municipio un megaproyecto turístico como es el CAÑÓN DEL JUANANBÚ, debido a este proyecto que está siendo ejecutado por Comfamiliar de Nariño, el turismo en Buesaco no se ha estancado, ya que este parque cuenta con varias atracciones naturales para los visitantes, y atracciones nuevas que hasta la fecha muchas personas nunca habían practicado como son: el kayak, canotaje, camping, bungee jumping entre otros. El desarrollo de este parque recreacional trae a un promedio de 1500 personas mensualmente entre las que se encuentran extranjeros y del interior del país, siendo así este proyecto el motor actualmente del turismo para el municipio, a raíz del incremento de visitantes en la región se mira un aumento en la construcción de hoteles, estaderos, restaurantes y centros de atracción para las personas que lo visitan. Esto debería ser tomado en cuenta para la administración municipal encabezada por el alcalde para partir de esta situación y activar el turismo en el municipio apoyando este sector para difundir las otras alternativas turísticas con que se cuenta.

Panorama omt del turismo internacional, Edición 2012

TourismTowards 2030 (El Turismo hacia 2030) de la OMT ha sido actualizado y crea previsiones a largo plazo, se espera que en 2010 a 2030 haya crecimiento de turistas internacionales en promedio de 3.3% anual, con lo que se espera que llegue a 1800 millones de turistas para el año 2013. Continuando con este panorama es posible afirmar que las economías emergentes tendrán un grado de crecimiento mayor que las economías avanzadas que en promedio crecerán un 2.2% más por año.²⁸

²⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012. P 2.

Turismo hacia EL 2030.

“El informe de la OMT titulado TourismTowards 2030 (El turismo hacia 2030) ofrece un pronóstico a largo plazo actualizado y una evaluación del desarrollo del turismo para las dos próximas décadas, de 2010 a 2030.”²⁹ Es un plan que ha sido desarrollado para ampliar el turismo internacional, que sustituye al anterior “turismo: panorama 2020”. El plan de turismo hacia el 2030 hace proyecciones de demanda de turismo hacia el 2030, con respecto a trabajo que han sido realizados por el la OMT para las 2 siguientes décadas a partir de 2010, todas estas previsiones son de carácter económico, social, ambiental, político y tecnológico a partir de datos históricos que sean dado en las mismas variables.

En el desarrollo de este plan se ha previsto que el crecimiento de la población turista crezca alrededor de 3.3% con 43 millones de personas al año, llegando a 1800 millones de turistas hacia el año 2030. Regionalmente las economías emergentes crecerán a ritmos más alto, es el caso de Asia, América Latina, Europa Central y del Este, Europa Mediterránea Oriental, Oriente Medio y África a tasa de 4.4% al contrario de las economías avanzadas que será de apenas el 2.2%.

Para 2030 se espera que el turismo por regiones según OMT³⁰. Que se observa en la tabla 7.

TABLA 7. El turismo hacia 2030: turismo internacional por región de destino turismo.

	LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES (MILLONES). PROYECCIÓN 2030	CRECIMIENTO MEDIO ANUAL PROYECCIÓN 2030	CUOTA PROYECCIÓN 2030
MUNDO	1809	3.3	100
ECONOMÍA AVANZADAS	772	2.2	43
ECONOMÍAS EMERGENTES	1037	4.4	57
POR REGIONES DE LA OMT			
ÁFRICA	134	5	7.4
AMÉRICA	248	2.6	13.7
ASIA Y PACIFICO	535	4.9	29.6
EUROPA	620	2.3	41.1
MEDIO ORIENTE	101	4.6	8.2

Fuente: organización mundial del turismo (OMT).

Aunque América no es la potencia por los próximos años, el incremento que se expone en el plan de turismo hacia 2030, es la posibilidad de crear planes

²⁹ Ibid., P 14.

³⁰ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012. P 15.

estratégicos de turismo, que si se tiene en cuenta podría ser aval para el presente trabajo.

1.3.3 FORMULACION DEL PROBLEMA

1.3.3.1 Pregunta general.

¿Cómo alcanzar crecimiento económico y social, a través de un plan de acción turístico para el municipio de Buesaco, Nariño 2014 - 2016?

1.3.3.2 Preguntas específicas

- ¿Cuáles son las políticas de la actividad turismo a nivel nacional y departamental?
(¿Qué demanda tiene el Municipio de Buesaco en la actividad turística 2014?)
- ¿Cuál es la situación actual del turismo en el municipio y qué demanda tiene el Municipio de Buesaco en la actividad turística 2014?
- ¿Qué plan de acción ayudaría a potencializar el desarrollo de turismo en el Municipio de Buesaco 2014 - 2016?
- ¿Cuáles estrategias impulsarían el sector turístico en el Municipio de Buesaco 2014 - 2016?
- ¿Qué posibles efectos sociales y económicos traería consigo el desarrollo de la actividad turística en el Municipio de Buesaco 2014 - 2016?

1.4 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día el turismo se ha convertido en un aspecto primordial de crecimiento económico y desarrollo mundial, con países que se esfuerzan por atraer demandantes a sus servicios turísticos y los visitantes con mayores recursos a disposición para gastar en el sitio que se visita.

Las distancias ya no son problema tanto por avances tecnológicos que facilitan el transporte como por la facilidad del idioma. Se hace imposible que no se genere una fuerte demanda de servicios turísticos, impulsados por el interés creciente del ser humano de salir de su ámbito diario geográfico y conocer los distintos aspectos culturales y territoriales del planeta. En la actualidad este ámbito se ha convertido en algo nato de las personas quienes designan un porcentaje de sus ingresos para recreación turística y que en décadas anteriores no se tomaba en cuenta.

Ahora bien, el otro extremo es el que se dedica a la oferta de esta actividad. Los países que participan obtienen un multiplicador de la economía y a medida que se intensifica la actividad presenta grandes beneficios; generando cadenas de valor

que dan como resultado un crecimiento económico que mueven variables a favor como el empleo, la inversión, el ingreso, etc.

En el contexto de la investigación que se realizó, en cualquier municipio es adecuado la creación de un plan de acción turístico, ya que siendo Colombia un país emergente, con bajo ingresos, con gran potencial turístico por su ubicación en la zona ecuatorial, por la gran diversidad de fauna y flora y por su relieve es necesario y viable explotar de manera sostenible recurso propios y obtener beneficios económicos que en última instancia genera crecimiento económico y social para el país. Sumado a lo anterior, el Desarrollo de un Plan Turístico traerá para el municipio un progreso administrativo, social y económico. Económico por la activación de las empresas pequeñas familiares los cuales se benefician por la entrada de recursos que no son percibidos en la actualidad, además, del nuevo empleo que genera el turismo y también bonificará a la administración municipal ya que se matricularán comercialmente las empresas, lo que dejará recursos disponibles para el ente; de la misma manera se beneficiará la comunicación administrativa local por el mejoramiento en la red de comunicación entre el poblador y la alcaldía; se espera que en la parte social, al observar la llegada de nuevos turistas se tenga que mejorar la red de servicios públicos, lo que mejora la calidad de vida para el buesaqueño.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General.

Formular un plan de acción turístico para Municipio de Buesaco que le permita alcanzar crecimiento económico y desarrollo social en los años 2014 - 2016

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Analizar las políticas de la actividad turismo a nivel nacional y departamental.
(Analizar el potencial turístico del Municipio de Buesaco para el año 2014.)
- Analizar la situación actual y el potencial turístico del Municipio de Buesaco para el año 2014.
- Formular plan de acción que potencializa el turismo en Municipio de Buesaco 2014 - 2016.
- Formular estrategias para impulsar la actividad turismo en el Municipio de Buesaco
- Estimar los posibles efectos económicos y sociales que traería implementar el plan de turismo en el Municipio de Buesaco para los años 2014 - 2016

1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.6.1 Universo De Estudio.

El universo de estudio tuvo dos ejes principales. El primero fue los demandantes de la Ciudad de Pasto los cuales son los mayores consumidores de este servicio; en segundo lugar están los encargados del manejo y la prestación de servicios en el municipio de Buesaco (hotelería, servicios complementarios, comercio, restaurantes, dueños de fincas y ente municipal).

1.6.2 Espació Geográfico.

El presente proyecto de investigación “Plan de acción Turístico del Municipio de Buesaco” se adelantó en la cabecera municipal como en el sector rural del municipio de Buesaco. Además, de la Ciudad de Pasto.

1.6.3 Tiempo.

La formulación del Plan de acción Turístico para el municipio de Buesaco se realizó entre los meses octubre de 2013 hasta el mes de junio 2014. Y como tiempo de análisis se proyectó para los años 2014 – 2016.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

Joffre Dumazedier

Para el sociólogo francés el turismo u ocio es la manera de liberar al individuo de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales rutinarias para cambiar a actividades más divertidas para la persona; es aquí donde el desarrollo de una oferta turística para las personas que desean cambiar de ambiente puede generar desarrollo económico y social en palabras de Dumazedier “El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares, y sociales, para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o su formación desinteresada, o para participar voluntariamente en la vida social de su comunidad”³¹.

El turismo explicado con claridad³²

El turismo para las personas: son personas que se ausentan de su sitio de residencia por un determinado espacio de tiempo que por lo general es corto para descansar, distraerse, divertirse, practicar deportes y conocer otros lugares y otras costumbres “para estar pasajeraamente en lugares que por algún motivo llaman su atención”³³, lo que implica afrontar gastos en servicios de transporte, alimentación, alojamiento, guías, museos, visitas, fiestas, espectáculos, recreo, deportes y otros atractivos similares, “Si para la gente turismo es lo que hacen los turistas, para los empresarios turismo es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que ellos les ofrecen a cambio de un precio”³⁴ los turistas son los agentes que tiene medios de pagos los cuales necesitan consumir bienes y servicios en este caso turísticos en el sector privado como hoteles, alimentación, recreación, etc. Por otro lado está la demanda del sector privado en los que están vías, puertos aeropuertos, y otras obras de infraestructura. De esta se observa como la actividad turística es multiplicador de la economía ya que para generar espacios a empresarios públicos como privados se necesita que el dinero este en movimiento generando valor agregado. Otro punto de vista sustentado por el autor es lo que dicen los expertos, mientras que para la gente turismo es lo que hacen los turistas y para los empresarios turismo es lo que ellos elaboran y venden a los

³¹ WIKIPEDIA, enciclopedia libre. Ocio (ver en línea) <<http://es.wikipedia.org/wiki/Ocio>>.citado Octubre 17 de 2013

³² MUÑOS DE ESCALO, Francisco. Autopsia del turismo 2da parte, editado por Eumed.net. año de publicación 2007. P 4.

³³ Ibid., P 11

³⁴ ibid., P 18

turistas, para los expertos turismo es tanto lo que dice la gente como lo que dicen los empresarios.

Crecimiento regional endógeno.

Tomando como referencia el pensamiento Neoclásico se incorporan nuevos supuestos, hipótesis y factores a los recientes modelos de crecimiento endógeno. “El eje central de esta teoría está constituida por una función de producción en la que la tasa de crecimiento depende básicamente del stock de tres factores: Capital físico, Capital humano, y conocimientos (o progreso técnico) que pueden ser objeto de acumulación y además generan externalidades”³⁵.

- Capital Físico: Estos modelos de crecimiento endógeno indica sobre la existencia de externalidades positivas que se asocian a la inversión y se traducen en retornos crecientes a escala, ósea la inversión en capital, sea en maquina o en talento humano, creando externalidades positivas.
- Capital Humano: “se tiene que los retornos crecientes del sector productor de capital humano ocasionen un crecimiento endógeno de la tecnología que se ve reflejada en una tasa de crecimiento también endógena de la economía”.³⁶ Estos modelos de crecimiento endógeno nos muestran o indican cuan importantes son los procesos de aprendizaje, la calificación, la aptitud para dirigir una empresa y el ingenio de los habitantes de la región de que se trate.
- Conocimientos: Se observa como el crecimiento en este modelo es llevado por el cambio tecnológico el cual se basa en las diferentes decisiones de inversión hechas por agentes maximizadores de la utilidad. En este proceso de acumulación de conocimientos encontramos las externalidades resultantes de la educación formal y se mira que ciertas destrezas y formas específicas de conocimiento solo pueden adquirirse a través del tiempo, como resultado de la información que proporcionan los mercados y la experiencia acumulada en el propio proceso productivo³⁷.

El conjunto de los factores antes mencionados crean el resultado efectivo de la mayor o menor competitividad de una determinada producción, ya que se reconoce que es la competitividad lo que determina el impulso y los límites del crecimiento para cada actividad productiva en el actual escenario globalizado, así como también para el entorno regional en el que ellas se localizan.

En tal sentido de deberá tener como objetivo prioritario de las políticas públicas y en particular de la política económica guiarse hacia una activación adecuada del

³⁵ GAVIRIA RÍOS, Mario Alberto. Aspectos Teóricos del Crecimiento Económico. (ver en línea) <www.cibersociedad.net/congres2006>. Citado en Septiembre 19 de 2013

³⁶ *Ibíd.*, GAVIRIA

³⁷ *Ibíd.*, GAVIRIA

correspondiente potencial endógeno que conlleva a una nueva política regional la cual debe englobar los factores que pueden contribuir al desarrollo regional, tales como los recursos materiales y los que ofrece el entorno, las infraestructuras de transporte y las comunicaciones, las estructuras urbanas, así como el capital físico, el capital humano y técnico, teniendo todo estos factores es inmensamente viable llevar cualquier actividad económica en una región a que esta traiga consigo desarrollo para la misma entendiendo esto como condición necesaria para elevar la productividad de sus empresas y la competitividad de sus productos.

Organización mundial del turismo³⁸

El objetivo primordial de esta organización es promover el desarrollo del turismo, con vista a contribuir al desenvolvimiento económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad, el respeto universal y la observancia de los derechos humanos, así como las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión. Donde señala que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”³⁹

Cuenta satélite del turismo.

La cuenta satélites de turismo son la forma que ha creado la OMT para llevar de una manera adecuada los datos que genera la actividad turística en un país, departamento o municipio, según la OMT se define como: “un nuevo instrumento estadístico de conceptos, definiciones, agregados, clasificaciones y tablas; es decir, un instrumento compatible con las directrices internacionales de la contabilidad nacional, que permitirá realizar comparaciones válidas entre regiones, países o grupos de países y, hacer también comparables estas estimaciones con otros agregados macroeconómicos y compilaciones admitidas internacionalmente”⁴⁰.

Al hablar de la elaboración de estadísticas de la actividad turística en el municipio, implica manejar el término de Cuenta Satélite de Turismo, que se constituye en la representación final del sistema turístico; su construcción es de gran importancia política en términos de que las cifras posibilitan un mejor proceso de toma de

³⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012, página 2

³⁹ WIKIPEDIA, enciclopedia libre. turismo (ver en línea) <<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>>.citado Octubre 20 de 2013

⁴⁰ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO, OMT. División estadística de Naciones Unidas. Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, Paris. 2001.

decisiones por parte de los agentes económicos; es un instrumento que sirve para describir el turismo mediante la elaboración de las cuentas de toda su actividad.

El turismo⁴¹

El turismo es ya una actividad importante en muchos países grandes y contribuye entre 5 y 10% de producto interno bruto (PIB) nacional, en algunos países pequeños, especialmente en países insulares del Caribe, Mediterráneo, Pacífico y Océano Índico el turismo representa del 20 al 25% del PIB, en muchos lugares donde el turismo constituye un sector menor se está expandiendo rápidamente y adquirirá mayor importancia en el futuro. La mayoría de regiones del mundo, así como muchos países y muchas áreas dentro de estos, todavía están lejos de haber realizado todo su potencial de desarrollo turístico.

Banco interamericano de desarrollo⁴²

Crecimiento y desarrollo equilibrado teniendo como punto de referencia Costa Rica, no solamente basta con proteger el territorio, sino que además se debe mover instrumento que estimulen crecimiento desde esa ventaja, Costa Rica tan solo ocupa el 0.03% de la superficie terrestre pero en ella se encuentra 4% de la biodiversidad existente, lo mismo que Estados Unidos y Canadá juntos. Esa ventaja que tiene Costa Rica ha hecho que se convierta en un sitio turísticamente reconocido, generando 2000 millones de dólares en ingreso; se ha buscado en esta zona que el desarrollo sea sostenible y que involucre a todos los actores, generando una cadena productiva que circula, que mejora las condiciones de vida, creando empleo, seguridad hídrica, fertilidad del suelo, control de plagas, seguridad alimentaria, mitigación de tormentas, regulación del clima y nuevos negocios (turístico, medicinales, cosméticos y agrícolas). Todo esto partiendo que los recursos naturales y la biodiversidad es un capital natural enorme que contribuye al desarrollo económico del país.

Programa turismo sostenible de las naciones unidas⁴³

“A fin de aumentar los beneficios que las comunidades receptoras obtienen de los recursos que aporta el turismo, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural y ambiental de dichas comunidades y aumentando la protección de las zonas

⁴¹ DE LA CRUZ Claudia Ximena. Marco teórico. (ver en línea)

<http://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/123456789/29/3/UO-AT-GET-03-CLAUDIA%20JIMENA%20DE%20LA%20CRUZ%20INLAGO-CAPITULO%20I%20MARCO%20TEORICO.pdf>. Citado octubre 20 de 2013

⁴² BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. Video América Latina y el Caribe: Riqueza Viva, 2012 banco interamericano de desarrollo, todos los derechos reservados

⁴³ NACIONES UNIDAS. Protección y gestión de la base de recursos naturales del desarrollo económico y social. (ver en línea) http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/WSSD_POI_PD/POIspChapter4b.htm. Citado Octubre 25 de 2013.

ecológicamente delicadas y del patrimonio natural”⁴⁴ mediante una serie de mediada:

- a) Aumentar la cooperación internacional, las inversiones extranjeras directas y las asociaciones con el sector privado y el sector público en todos los niveles;
- b) Formular programas, incluso en materia de educación y capacitación, que fomenten la participación en el ecoturismo, habiliten a las comunidades autóctonas y locales para fomentarlo y beneficiarse de él e intensifiquen la cooperación entre los distintos interesados en el desarrollo del turismo y la preservación del patrimonio, con el fin de aumentar la protección del medio ambiente, los recursos naturales y el patrimonio cultural;
- c) Prestar asistencia técnica a los países en desarrollo y los países con economías en transición con el fin de apoyar el desarrollo de empresas de turismo sostenible, las inversiones en dichas empresas y los programas de creación de conciencia turística, mejorar el turismo interno y estimular el desarrollo empresarial;
- d) Ayudar a las comunidades locales a administrar las visitas a sus atracciones turísticas de modo que obtengan el mayor beneficio posible con un mínimo de riesgos y de efectos negativos para sus tradiciones, su cultura y su medio ambiente, con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo y otras organizaciones competentes;
- e) Promover la diversificación de las actividades económicas, incluso facilitando el acceso a los mercados y a la información comercial, así como la participación de las empresas locales incipientes, especialmente las pequeñas y medianas.

Vice ministerio de turismo

“Se considera Turismo todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”⁴⁵. Al igual que en anteriores aportes de este marco teórico, el Ministerio de Comercio Industria y turismo, y en representación la página del Viceministerio de turismo hace hincapié que turismo son las actividades que se hacen durante

⁴⁴ NACIONES UNIDAS. Protección y gestión de la base de recursos naturales del desarrollo económico y social. (ver en línea) http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/WSSD_POI_PD/POIspChapter4b.htm. Citado Octubre 25 de 2013.

⁴⁵ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Vice misterio de Turismo (ver en línea) <http://www.mincit.gov.co/minturismo/index.php..> Citado Octubre 26 de 2013

las salidas por fuera de su lugar de residencia y que con ello aporta a la creación de ganancias que generan desarrollo.

Plan de desarrollo turístico de Nariño 2012.

“Conocer nuevos lugares y vivir experiencias inolvidables, es la razón por la cual cada día más personas se motivan a viajar, haciendo del turismo un sector económico que crece de manera significativa en el mundo y genera grandes expectativas sobre su capacidad de dinamizar la economía de localidades, regiones y países.”⁴⁶ De esta manera comienza el plan que se quiere llevar a cabo en el departamento, es decir, que es muy bien sabido que el turismo es una base sólida para generar desarrollo y crecimiento,

El plan que ha desarrollado Nariño está enfocado a que el departamento sea “un destino turístico competitivo, reconocido por la calidad de sus productos altamente diferenciados en cultura y naturaleza y con importante presencia en el mercado nacional e internacional.”⁴⁷ Para ello se ha dispuesto una serie de objetivos que están encaminados a conseguir aquella meta, para ello se ha dado cabida a la adecuación y creación de infraestructura que al igual que el plan maestro que está dicho en el CONPES es atraer a internacionales y que se encuentre en Nariño un sitio al cual regresar; también está como objetivo específico tener en Nariño un portafolio que genere varias opciones para que el turista tanto internacional como nacional esté satisfecho con la oferta; otro punto importante que desglosa después de ese objetivo principal está en la capacitación de personal y al igual que en la nación está la creación de una imagen para atraer a los nacionales como internacionales. Como vemos estos objetivos no están lejos de los planes que ha desarrollado la nación en cuestión de turismo.

Se plantea que la meta se cumpla en el 2015 a la cual se verá reflejado los trabajos que se han realizado desde 2012. “Los productos serán altamente competitivos y se habrán logrado posicionar en mercados nacionales e internacionales”⁴⁸ es así como se pretende dar al viajero una gran variedad de productos turísticos por ser Nariño un contraste de culturas, paisajes, fauna y flora, sin dejar de lado lo que caracteriza a la región como es el Carnaval, para ello se tendrá que hacer esfuerzos por parte de la gobernación y los actores involucrados orientados a una agenda que ayude a desarrollar el plan y generar desarrollo al departamento; también teniendo en cuenta a los diferentes integrantes se pretende un desarrollo bilingüe.

⁴⁶ FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA, plan de desarrollo turístico de Nariño, julio de 2012, P 9.

⁴⁷ *Ibíd.*, P 431.

⁴⁸ FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA, plan de desarrollo turístico de Nariño, julio de 2012, P 432.

“Se tendrán la ética, la identidad cultural y la convivencia con el medio ambiente como valores fundamentales de la actividad turística”.⁴⁹ Es decir, que sea sostenible y sustentable con reconocimiento nacional y llegar al agrado internacional. Para ello se ha desarrollado una serie de estrategias que serán guía; planteando cuatro ejes de estratégicos: factor atracción, factor soporte, factor producción y factor gestión de destino.

2.2 MARCO LEGAL

De acuerdo a la constitución política de Colombia de 1991, vislumbra los siguientes artículos referentes a la gestión gubernamental y el desarrollo a través de proyectos y programas que permiten desenvolver la situación socioeconómica de una región. Se cita:

Titulo I, Capitulo I

Objeto, importancia y principios de la actividad turística

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Titulo II, Capitulo 2

Artículo 9. Parágrafo 2. Los gobernadores y los alcaldes propiciarán la creación de consejos departamentales, municipales o distritales de turismo, que cumplirán las mismas funciones del Consejo Consultivo de Turismo en el ámbito de sus competencias territoriales.

De la descentralización de funciones.

Artículo 12. Formulación de la política y planeación del turismo:

Para el cumplimiento de los fines de la presente Ley, el Ministerio de Desarrollo Económico formulará la política del Gobierno en materia turística y ejercerá las actividades de planeación, en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales.

⁴⁹ FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA, plan de desarrollo turístico de Nariño, julio de 2012. P 432.

Artículo 14. armonía regional:

Los Departamentos, los Distritos, los Municipios, los Territorios Indígenas, así como las regiones y provincias a las que la ley diese el carácter de entidades territoriales, ejercerán sus funciones constitucionales y legales relacionadas con el turismo, de manera coordinada y armónica, con sujeción a las normas de carácter superior y a las directrices de la Política Nacional Turística, a fin de garantizar un manejo unificado, racional y coherente del turismo.

Artículo 29.

Promoción del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, y turismo metropolitano.

El Estado promoverá el desarrollo del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano, para lo cual el Plan Sectorial de Turismo deberá contener directrices y programas de apoyo específicos para estas modalidades, incluidos programas de divulgación de la oferta.

Capítulo III del banco de proyectos.

Artículo 23. Adiciónese el numeral 3, inclúyase un nuevo modifíquese el párrafo del artículo 18 de la Ley 1101 de 2006:

3. Para municipio de categorías 4a, 5a y 6a la cofinanciación podrá ser hasta del 80%

7. El 30 % de los recursos destinados para el banco de Proyectos Turísticos en la respectiva anualidad, serán destinados en proyectos de turismo en las entidades territoriales.

Título VI Disposiciones varias.

Artículo 24. Fomento de los estudios turísticos. El Gobierno Nacional, propiciará la unificación de criterios en la programación de los estudios de formación reglada y ocupacional del sector turístico y promoverá el acceso a la formación continua de las trabajadoras y trabajadores ocupados del sector. Asimismo, apoyará la formación turística destinada a la adquisición de nuevos conocimientos y tecnologías y la formación de formadores.

El Gobierno Nacional, impulsará la suscripción de acuerdos y convenios con las universidades para la elaboración de programas y planes de estudios en materia turística.

Artículo 35. Modifíquese el artículo 18 de la Ley 300 de 1996, adicionándole un segundo párrafo, el cual quedara así:

Artículo 18. Desarrollo turístico prioritario. Los Concejos Distritales o Municipales previo el visto bueno del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o a solicitud de este Ministerio, en ejercicio de las facultades consignadas en el artículo 313 numeral 7 de la Constitución Política, determinarán las Zonas de Desarrollo Turístico prioritario, que producirá los siguientes efectos:

1. Afectación del uso del suelo para garantizar el desarrollo prioritario de actividades turísticas. El uso turístico primará sobre cualquier otro uso que más adelante se decrete sobre tales áreas, y que no sea compatible con la actividad turística.
2. Apoyo local en la dotación a esas áreas de servicios públicos e infraestructura básica, de acuerdo con los planes maestros distritales o, municipales.

En cuanto al Ministerio de Comercio, Industria y Comercio decreta:

Decreto 945.

Que con el fin de mejorar la competitividad del turismo en el país, es necesario contar con unos organismos interinstitucionales en los que las entidades que los conforman aporten sus esfuerzos y experiencias e implementen medidas y programas en materia de seguridad para el desarrollo de la actividad turística.

Resolución 0405 de 31 de Enero de 2014.

Resuelve. Artículo 1°. Los prestadores de servicios turísticos que realicen las actividades relacionadas con el Turismo de Aventura, a saber: canotaje, rafting, balsaje, espeleología, rapel, recorridos de alta montaña, escalada, parapente, torrentismo, canopée, buceo, deportes náuticos con fines turísticos y demás actividades relacionadas con el Turismo de Aventura, deberán cumplir, según la actividad que corresponda, con las siguientes Normas Técnicas Sectoriales y posteriores que se llegaren a expedir:

1. Normas Técnicas Sectoriales de Agencias de Viajes NTS AV 010: "Requisitos para la operación de actividades de "Rafting" en turismo de aventura"; NTS AV 011: "Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura"; NTS AV 012: "Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura"; y NTS AV 013: "Requisitos para la operación de actividades de Parapente en Turismo de Aventura".

2.3 MARCO CONTEXTUAL

Es difícil tener una buena referencia de la economía nariñense por ser basada en la supervivencia y más que nada en el autoconsumo. Se exige un giro que determine el rumbo de la sociedad hacia una cultura de un buen vivir, en el cual se desarrolle políticas sociales y económicas que permitan explotar de manera organizada y adecuada las riquezas que se encuentran en cada uno de los municipios y así generar un avance para el departamento y el país.

Aunque si bien, Colombia se especializa en la división mundial del trabajo como proveedor de bienes primarios, es importante dar el paso hacia una oferta de servicios, es aquí donde se necesita crear políticas y estrategias que permitan explotar potencialidades natas de la región, que no se han hecho por ausencia de proyectos innovadores y dinamizadores. Un ejemplo de posibles salidas es el turismo, como impulsador de la economía, siendo actualmente menospreciado en una economía de producción de bienes de consumo. Como es sabido y de acuerdo a planes de desarrollo de Buesaco y en términos generales en Nariño, apenas se está dando cierto rubro de financiamiento a este sector dejando de lado la cadena de desarrollo turístico, puesto que la prioridad es para la atención de necesidades básicas de índole social, lo que le resta dinamismo a este renglón de la economía, que en comparación con otras regiones del país, el turismo en él departamento está rezagado frente otros departamentos, con menos ventajas comparativas y en donde se le apuesta como uno de los renglones más importantes de sus economías.

Asegurando que el turismo en el departamento es favorecido por la gran variedad y abundantes recurso naturales, que van desde su difícil topografía por tener el Nudo de los Andes que trae consigo paisajes quebrados, divisiones naturales como murallas, con múltiples volcanes, grande caudales de agua, hermosas lagunas, selvas y costas vírgenes y la posibilidad de tener el mayor puerto barquero de Colombia y sin dejar de lado la colcha de retazos que la forman las pequeñas plantaciones; se proyecta como una alternativa de desarrollo regional en cuanto al turismo por su grado alto de potencialidad adaptable al aprovechamiento y además en el cual se encuentran bienes de libre disponibilidad, como son el aire, clima, relieve, paisajes, bienes turísticos creados como: museos, lugares arqueológicos, etc. Grupos étnicos, realizaciones técnicas, científicas o artísticas, así como eventos culturales y tradicionales.

Es complicado deshacerse de los problemas que aqueja a Nariño como Colombia, como es la mala imagen del país y asociada a una pérdida de valores sociales y una débil penetración de mercados debido a la violencia que existe en el país, además de la estigmatización mundial ahondando con la mala y poca información que tiene a disposición el turista, políticas de inversión inadecuadas, falta de estímulos a los diferentes sectores económicos ajenos a la minería de gran escala

que acaban con el gran potencial futuro, precios relativamente altos que hacen difícil el desempeño de la actividad turística.

Contrariamente a todos estos problemas se debe resaltar la belleza patrimonial innata de la región y la grandeza y amabilidad de cada una de las personas que viven en el departamento que es lo genera valor agregado al servicio, es aquí donde Nariño debe enfocarse para generar políticas y estrategias para el aprovechamiento social, ambiental y económico que generaría un “Plan de acción de turismo”.

También es pertinente recordar que el departamento ha estado por debajo del desarrollo relativo del país; gracias a que Nariño cuenta con baja cobertura en servicios públicos⁵⁰ la cobertura de acueducto en el sector rural es de 68.7% y en el urbano de 93.1% y de alcantarillado en el sector rural es de 12.5% y en el urbano de 79.4% a nivel del país⁵¹ el acueducto urbano alcanza el 97.6% y el acueducto rural el 72%, en alcantarillado urbano el 92.9% y rural de 12.5% Además, deficiente infraestructura. Se espera que con la expansión del turismo se genere de manera integral una cadena que jalona hacia un bienestar de la comunidad para alcanzar un crecimiento y desarrollo a la par de las regiones más avanzadas del país y de forma globalizada.

Buesaco, siendo objetivo principal de este estudio cuenta con una ubicación estratégica por su geografía que goza de un excelente clima y se ha convertido en un sitio por excelencia de veraneo para los habitantes de los municipios vecinos en especial Pasto, y más considerando que tiene un plan vial excelente, Pasto-Buesaco. Convirtiéndose en un gran confluente de turistas que buscarán en este municipio un sitio de recreación y descanso.

Es de suma importancia dar a conocer el papel que desempeña el ecoturismo, ocupando un gran renglón dentro del departamento y del municipio y más siendo objetivo primordial la sostenibilidad y la sustentabilidad del medio ambiente,

⁵⁰ PLAN DE DESARROLLO DE NARIÑO 2012 – 2015, NARIÑO MEJOR, indicadores de servicios públicos. (ver en línea)

<http://educon.javeriana.edu.co/ofi/documentos/regionalizacion/Planes%20Desarrollo%20H-Z/Departamentos%20-%20Planes%20de%20desarrollo/NARI%C3%91O%20-%20Nari%C3%B1o%20mejor,%20Plan%20Desarrollo,%20Ordenanza%20-%202012-2015.pdf>. P 221

⁵¹ PLAN DE DESARROLLO DE NARIÑO 2012 – 2015, NARIÑO MEJOR, indicadores de servicios públicos. (ver en línea)

<http://educon.javeriana.edu.co/ofi/documentos/regionalizacion/Planes%20Desarrollo%20H-Z/Departamentos%20-%20Planes%20de%20desarrollo/NARI%C3%91O%20-%20Nari%C3%B1o%20mejor,%20Plan%20Desarrollo,%20Ordenanza%20-%202012-2015.pdf>. P 221

además de otras actividades como la recreación, las fiestas de carnavales, religiosas e institucionales y el gran legado cultural. Sin dejar de lado la amabilidad de su gente y la baja violencia que vive el municipio.

Buesaco

Reseña histórica

Se tomó los datos del plan de desarrollo municipal 2012 – 2015 del Municipio de Buesaco, este es un grupo étnico que formó parte de los Quillasingas, quienes ocupaban el territorio que actualmente se conoce como el municipio de Buesaco, sin lograr definir su asentamiento exacto debido al carácter violento de la conquista Española y falta de investigación Arqueológica de la zona. Fue fundado en 1618 por el capitán Cazanzola con la ayuda de Sebastián de Belalcazar, cuyo objetivo fue agrupar a la tribu de los Buisacos en un solo lugar para establecer su predominio hasta el Río Juanambú donde habitaron los Palacinoyes. Como hechos históricos de importancia merecen destacarse la batalla del Juanambú, realizada el 12 de abril de 1814 donde el General Antonio Nariño venció al general realista Eimerich, elevando las banderas nacionales sobre las alturas de Buesaco.

Ubicación geográfica.

Está ubicado a 37 kilómetros al noreste de la capital del departamento de Nariño y limita por el norte con San Lorenzo, Arboleda, Albán y el Tablón; por el oriente con el Tablón y el departamento de Putumayo; por el sur con Pasto y el departamento de Putumayo y por el occidente con Chachagüí y Pasto. Se ubica a una altitud de 1.959 metros sobre el nivel del mar. Con una temperatura de 18 grados centígrados. Su área total es de 682 kilómetros cuadrados. Su promedio de lluvias es de 1400 milímetros cúbicos anuales. Su territorio es montañoso, pero tiene algunas zonas planas. Su climatología varía entre los diferentes pisos térmicos entre templados, fríos y paramos. Se encuentra irrigado por los Buesaquillo, Juanambú, Liagar, Pajajoy, y algunas quebradas. Ubicación astronómica y geográfica el territorio del municipio de Buesaco está comprendido entre los 1° 23' de latitud norte y 77° 8' de longitud oeste o del meridiano Greenwich. Se ubica al sector sur-occidente del país y hace parte de la región natural Andina. La cabecera municipal se encuentra a 38 Km. de la Capital del departamento de Nariño. El municipio de Buesaco cuenta con una extensión aproximada de 62.032 hectáreas (620.3 Kilómetros cuadrados) distribuidos en 7 corregimientos y 73 veredas. ESPECIAL BUESACO Parapetos, Higueros Alto, Higueros Loma, Franco Villa, Ljagui, Villa Guayacanes, Ortega, Las Cochas, Cuapitas, Buesaquito, Varacruz, Pajajoy, Sumapaz, Santa Maria, Juanambú, La Curia, Versalles, Hatillo, Guadalupe, Hatillo, Buenos Aires, Bruselas, San Martín, La Piedra, Altamira, Naranjal, La Veranera, Palosumbo, San Vicente, Santa Fe, Palacinoy, San Bosco, La Inmaculada, San Miguel, Alta Clara, La Palma, Tambillo, Risaralda, La Represa, Las Cochitas, San Ignacio, Medina, Espejo, Bermejil, Medina, Orejuela,

El Salado, Alto Monserrate, Lagunetas, Granadillo de Lunas, Granadillo de Chavez, Tasajera, El Alvi3n, La Sacha, Las Minas, San Antonio, La Guasca, Bodegas, Llanos Juanamb3, La Cruz de San Antonio, El Retiro, Rosal del Monte, Medina Hatillo, Medina Sacanambuy, San Miguel, El Socorro Alto, San Miguel Villamoren, Guayabal, Tongosoy, Hato Tongosoy, El Cortijo Quitopamba, La Esperanza, Llano Largo, Meneses de Hurtado, M3xico, El Palmar y San Isidro.

Relieve y Climatolog3a

La mayor parte del municipio es monta3osa, con algunas zonas planas ligeramente onduladas; entre los accidentes geogr3ficos se encuentran los cerros de Bordoncillo y Morasurco. Existe tambi3n el valle de Runduyaco. Esta es una extensa zona que posee el municipio como reserva natural que poco a poco tiende a desaparecer por la intervenci3n antr3pica Precipitaci3n media mensual 95 mm Temperatura: las temperaturas promedias oscilan entre 16.7 y 20.3 grados cent3grados. Durante los meses de julio, agosto y septiembre se presentan los mayores grados de temperatura, siendo agosto el m3s cr3tico; durante los meses de diciembre y enero ocurren los menores niveles de temperatura Evaporaci3n 152 y 185 mm Brillo solar 130.5 y 205.7 horas mensuales Velocidad del viento. 0.84 m/seg. y 1.55 m/seg. Humedad relativa 81% y 82 %.

Fisiograf3a

La cabecera municipal se encuentra a una altura de 2000 m.s.n.m., con una temperatura promedio de 18°C. En el municipio los pisos t3rmicos se distribuyen as3: el clima fr3o ocupa un 3rea de 35.432 Ha., equivalente al 57.2% del 3rea total del municipio; el clima medio presenta un 3rea de 12.800 Ha representado el 20.6% y el clima p3ramo ocupa 13.800 Ha representado el 22.2%.

Hidrograf3a

Buesaco se encuentra ba3ado por el r3o Juanamb3 el cual nace en el sector conocido como Cascabel en la cordillera Central. La cuenca del Juanamb3 se conforma por la subcuenca del r3o Alto Juanamb3, subcuenca del r3o Buesaquito, subcuenca del r3o Ijagu3 y subcuenca del r3o Bajo Juanamb3. La subcuenca del r3o Alto Juanamb3 abarca una extensi3n de 19.519 Has, las que representan el 36.4% del 3rea total del municipio. Sistema Hidrogr3fico cuenca del r3o Juanamb3 MICROCUENCA RIO ALTO JUANAMB3: Microcuenca r3o Negro, Microcuenca r3o Runduyaco, Microcuenca r3o San Pablo, Microcuenca r3o Sara- concha Microcuenca r3o Tambillo Subcuenca r3o Buesaquito, Microcuenca r3o Negro, Microcuenca r3o Chicajoy, Microcuenca r3o Panacas, Microcuenca r3o Buesaquito, bajo MOCROCUENCA RIO BAJO JUANAMB3: Subcuenca del r3o Ijagui, Microcuenca Alto Ijagu3, Microcuenca La Sacha, Microcuenca Ijagu3, Medio Microcuenca Bajo Ijagui, Micracuenca IngasofSubcuenca r3o Juanamb3,

Microcuenca río Meneses, Microcuenca río Bajo Juanambú, Microcuenca río Salado, Microcuenca río Jaguindo.

Población

El municipio de Buesaco tiene una población de 24.466 habitantes aprox. de los cuales 2.897 se localizan en el sector urbano equivalente al 19% y 14.697 en el área rural equivalente al 81%. Del total de habitantes 12.506 son hombres (51.11%) y 11.960 son mujeres (48.88%). El mayor porcentaje de población se encuentra en el sector rural, debido a que el municipio tiene vocación agropecuaria.

Límites del municipio

Al norte con San Lorenzo, Arboleda, Albán y El Tablón; por el oriente con El Tablón y el Departamento de Putumayo; por el sur con Pasto y el Departamento de Putumayo y por el occidente con Chachagüí y Pasto.

Extensión total: 682 Km²

Extensión área urbana:

Extensión área rural: 682 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1.959

Temperatura media: 18 ° C

Ubicación geográfica.

IMAGEN 1. Ubicación del municipio de Buesaco en el departamento de Nariño



Fuente: instituto Agustín Codazzi. 2012

2.4 MARCO CONCEPTUAL

Agroturismo: Turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas.

Atractivo turístico: Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos. La región debe evaluar objetivamente los recursos y atractivos susceptibles de uso turístico, los cuales se clasifican en dos grupos: patrimonio cultural y sitios naturales.

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.

Establecimientos gastronómicos, 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, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

Excursionista: Persona que ingresa pero no pernocta en el lugar visitado.

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.

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

Grupos de especial interés: Constituidos por comunidades indígenas, comunidades negras y comunidades raizales, en las cuales se valora el respeto por sus costumbres como una forma de conservación auténtica de su legado cultural. En la Constitución Política de Colombia, se reconoce y se protege la diversidad étnica y cultural de los Ciudadanos; por tal motivo se considera de vital importancia el reconocimiento de los grupos de especial interés en el sentido estricto del respeto por sus valores y costumbres y no como objetos pasivos para ser mostrados al visitante. La decisión de participar en actividades turísticas o abstenerse de hacerlo está en cabeza de la propia comunidad.

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

Inventario turístico: Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región.

Mercadeo turístico: Es el conjunto de actividades, sistemas y políticas utilizadas para promover y publicitar los centros turísticos.

Organismos de turismo. Entidades del orden nacional, departamental y municipal que promueven el turismo en su respectiva jurisdicción territorial.

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.

Patrimonio cultural: Se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano

Patrimonio material: se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Está constituido por el territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat humano; los hechos construidos, las manifestaciones físicas de la estructura productora y de los procesos de poblamiento; los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes, entre otros; y todo el universo de herramientas, utensilios, máquinas y demás objetos que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos.

Patrimonio inmaterial: Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo agrupa dos grandes áreas, la inmueble y la mueble generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folklore: (entendido como la sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad.

Prestadores de servicios turísticos: Es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directamente con el turista, la prestación de servicios turísticos.

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

Programa turístico: Descripción pormenorizada presentada en un folleto promocional, el cual contiene el itinerario, las excursiones, las tarifas y todo lo referente a las actividades del viaje.

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

Recurso turístico: Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

Sitios naturales: Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo.

Tour operador o grupo organizado: Empresa que crea y/o comercializa viajes, todo incluido, y/o presta servicios turísticos y/o contrata su prestación.

Turismo: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos

Turistas: Son aquellos visitantes de placer o de negocios que permanecen por lo menos una noche en el lugar visitado.

Turismo ecológico: 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 antropica. 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) así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado), que puedan encontrarse allí, a través de un proceso que promueva la conservación, tenga bajo impacto ambiental y cultural y propicie que se involucren de manera activa y socioeconómica lo que trae beneficio a las poblaciones locales.

Turismo de familia o amigos: Se efectúa para visitar parientes o amigos dentro y fuera del país.

Turismo de aventura: Se realiza para practicar deportes extremos como parapentismo, canotaje, ciclo montañismo, etc.

Turismo metropolitano: Turismo que se realiza en los principales centros urbanos, con fines culturales, educativos y recreativos, que dé lugar a la conservación del patrimonio histórico y cultural; a creación de espacios públicos de esparcimiento comunitario.

Turismo científico: Orientado al estudio e investigación de especies biológicas, antropológicas y culturales.

Turismo de descanso, recreación, esparcimiento u ocio: Dirigido a recuperar energías a través del relajamiento físico y descanso mental.

Turismo deportivo: Realizado para practicar deportes ya sea a nivel recreativo como competitivo, incluye familiares y barras.

Turismo de negocios y compras: Generado a partir de actividades de tipo económico.

Turismo cultural: Practicado para asistir a seminarios, cursos o conocer costumbres, historia, arte, teatro, museos, etc.

Turismo religioso: Para visitar lugares sacrosantos y participar de actos religiosos.

Turismo de salud o medicinal: Se hace con el objeto de buscar medios para fomentar, conservar y restaurar la salud.

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Tomando como base de partida el problema ¿Cómo alcanzar crecimiento económico y social, a través de un plan de acción turístico para el municipio de Buesaco? se realizó un proceso para encontrar una solución a tal problema. Se basó en material existente y explorando nuevos conocimientos; de este modo el ejercicio implicó la investigación científica.

La investigación fue de tipo analítica que consistió fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y de control; descriptiva en el tipo de investigación que describió de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí se recogió los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, se expuso y resumió la información de manera cuidadosa y luego analizó minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyeron al conocimiento; cualitativa que procuró lograr una descripción holística, esto es, que intentó analizar exhaustivamente con sumo detalle un asunto o actividad y fue propositiva ya que aquí se dio soluciones al problema.

En la formulación del plan de acción turístico del municipio de Buesaco, se buscó primero, información con respecto al estado y situación actual del departamento y del país, luego la recolección de información con lo cual se analizó y se pudo iniciar el proceso de conocimiento que ayudó a identificar cada una de las partes que caracterizan este tema, de manera que por medio del análisis cualitativo se dio una serie de proposiciones para llegar al objetivo central de la tesis. De esta manera se conoció las potencialidades turísticas que el municipio de Buesaco tiene y que se puedan explotar con el fin de crear una alternativa de desarrollo para esta región.

3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación del plan de acción turístico para el municipio de Buesaco se llevó a cabo con base en la metodología de la planeación prospectiva estratégica; esta metodología se fundamenta en el parámetro de estructura con base en la consulta a fuentes primarias y secundarias, se define además con base en diagnósticos preliminares y revisión de diferentes fuentes. Además, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encarga de orientar a través de metodologías de planes de desarrollo turístico⁵², con la guía “Asistencia técnica de planificación del turismo”

⁵² FERNÁNDEZ ÁVILA Víctor Rafael. Asistencia técnica de planificación del turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. año de publicación 2002.

se decidió que la mejor metodología a desarrollar es el Plan Turístico Convencional en el cual se encuentra los siguientes pasos:

- Límites y potencialidades
 - .1 Información general
 - .2 Inventario de atractivos turísticos⁵³
 - .3 Evolución del mercado
 - .4 Infraestructura
 - .5 Planta turística
 - .6 Superestructura
 - .7 Necesidades de educación para el turismo
 - .8 Uso de tecnología
- Dofa, problemas e imagen
- Objetivos
- Estrategias
- Proyectos y acciones

Fuentes de información. Para el desarrollo de este proyecto de investigación se usó las siguientes fuentes:

Primarias: se realizó entrevistas a las personas que se encuentren relacionadas con el tema, para analizar el estado actual de la infraestructura del municipio, se entrevistaron a los funcionarios de la administración municipal (secretario de planeación, obras, cultura, gobierno), gerente de la empresa de servicios públicos ACUABUESACO y a presidentes de las diferentes JAC (junta de acción comunal).

Además, se realizó una encuesta en la cual se conoció los efectos que tiene la actividad turística del municipio de Buesaco sobre los habitantes de la Ciudad de Pasto en el año 2014. Se escogió como centro del estudio de mercado a personas mayores de 25 años hasta los 80 años o más, según criterios del DANE ya que son los que tienen ingresos fijos.

Secundarias: se consultó los diferentes temas y escritos que existen sobre el tema, también el material disponible en documentos, libros, revistas, tesis de grado, folletos, artículos periodísticos y otras publicaciones, para este propósito se visitaron bibliotecas de la universidad de Nariño, Mariana, Cámara de comercio, Banco de la república, y los bancos de datos del DANE, además de información disponible en internet. En general, se obtuvo información de diferentes documentos.

⁵³ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, año publicación 2010

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población.

Se realizó entrevistas personalizadas, a los actores definidos en las fuentes primarias, se tuvo como población de demanda principal a la población de la Ciudad de San Juan de Pasto, es decir, 354.808 para el año 2013⁵⁴ como antes se lo explicó (mayores de 25 años).

3.3.2 Muestra.

Encuestas: se tomó a la población de San Juan de Pasto como la principal demandante del producto turístico, para ello se recurrió al DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas)⁵⁵ para obtener la población del municipio y así obtener una muestra representativa con la fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población de estudio = 354,808 habitantes

p = probabilidad de éxito = 0.5

q = probabilidad de fracaso = 0.5

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

e = error estimado = 5%

$$n = \frac{354808 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(354808 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 389.74559 \cong 384$$

Dio como resultado 384 personas; a las que se encuestó de cualquier estrato y género. Para realizar la encuesta aleatoria se tomó a la calle 18 la ciudad y a la carrera 24 ya que estas atraviesan a la ciudad y tomando casa por casa se realizó la encuesta, la encuesta se realizó casa a casa hasta completar el 100% de las encuestas.

Entrevistas: las entrevistas se las hizo a los entes más importantes del municipio y a las personas que se encargan de esta actividad en el departamento. Para ello se optó por tomar al 30% del total buscando incluir la mayor representatividad.

⁵⁴ DANE, proyecciones de población. (ver en línea) <http://www.dane.gov.co/>. Citado septiembre 24 de 2013

⁵⁵ *Ibid.*, DANE

TABLA 8 .Número de entrevistas

	DIRIGIDO	TOTAL DIRIGIDO	NO. DE ENTREVISTAS	TOTAL DE ENTREVISTAS
ENTES MUNICIPALES	Secretario de Planeación	1	1	8
	Secretario de obras	1	1	
	Secretario de gobierno	1	1	
	Secretario de Cultura	1	1	
	presidente de JAC	12	4	
ENTE DEPARTAMENTAL	Oficina de Turismo de la Gobernación de Nariño	1	1	1
COMERCIO BUESACO	Hoteles	9	3	10
	Centros de Recreación	4	2	
	Cootrascol	1	1	
	Restaurantes	12	4	
TOTAL		43	19	19

Fuente: esta investigación.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se realizó entrevistas y encuestas personalizadas a los actores y población definida en las fuentes primarias, revisión de documentos públicos y trabajos, folletos tesis, revistas, manuscritos de historiadores locales entre otros.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Al tratarse de una investigación de tipo cuantitativo (encuestas) y cualitativo (entrevistas), se realizó un análisis estadístico de la información obtenida, mediante la estadística descriptiva. Para esto fue necesario el uso de computadores (hardware) y programas computacionales (software), además se realizaron tablas, gráficos e indicadores, que ayudaron al lector y a los investigadores a entender de una forma más sencilla, los datos obtenidos. Se utilizó el software Microsoft Excel, además algunos programas estadísticos; con los cuales se codificó, tabuló, graficó y proyectó toda la información recolectada que permitió la presentación de un análisis detallado de la investigación a fin de llegar a conclusiones claras y precisas.

4. DEMOSTRACIÓN DE OBJETIVOS.

4.1. ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE LA ACTIVIDAD TURISMO A NIVEL NACIONAL Y DEPARTAMENTAL.

4.1.1. Política Nacional De Turismo.

Documento Conpes 3397, Plan sectorial de turismo

Las estrategias que plantea este Conpes pretende llevar a Colombia a un nivel turístico de clase mundial y propone 6 grandes estrategias.

1. Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad: El turismo es una actividad que involucra la participación de diferentes entidades del orden nacional y territorial como son: el Ministerio de Transporte, el Invías, el Inco y la Aerocivil, el Ministerio de Defensa y la Policía Nacional, el Sena, el Dane, la Superintendencia de Industria y Comercio, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Cultura, las secretarías de desarrollo y de turismo de los departamentos, de los Distritos y los municipios, los cuales junto con el MCIT establecerán las políticas que en su área, son necesarias para el desarrollo del turismo
2. Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros: El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en coordinación con la Policía Nacional, estructurará un plan de seguridad turística que involucre a la Policía de Turismo y a la Policía de Carreteras
3. Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo: se pretende realizar las siguientes acciones:
 - Identificar los productos y mercados turísticos tanto a nivel nacional como regional y las tendencias turísticas tanto nacionales como internacionales, materia de segmentación y de promoción agresiva. Para ello, el MCIT contratará con especialistas en turismo, la realización del inventario de atractivos turísticos, en coordinación con el MAVDT y Ministerio de Cultura.
 - Aprovechar la infraestructura de entidades públicas (Consulados, Oficinas Comerciales de Proexport) y privadas (Federación Nacional de Cafeteros) a nivel internacional, de tal forma que la institución elegida por el MCIT para la promoción turística internacional adelante el plan aprobado previamente por el Comité Directivo del FPT.

4. Preparación de la oferta turística: El establecimiento de una oferta turística competitiva requiere de una política de preparación de destinos turísticos, de la preparación de los prestadores de los servicios turísticos, y la puesta en valor del patrimonio cultural que garantice su recuperación y sostenibilidad. Para tal fin se requiere preparar a las regiones, preparación de prestadores de servicios turísticos y la recuperación y sostenibilidad del patrimonio cultural y ambiental
5. Formación del recurso humano y sensibilización turística: El desarrollo de una actividad turística competitiva requiere de una permanente labor de capacitación que mejore la capacidad gerencial del empresario, el trabajador y la sociedad civil en conjunto, de tal manera que se cumpla con la calidad de los servicios que demanda el turista. Además, contar con una población sensibilizada, comunidad receptora, empresarios, gremios, autoridades, en la importancia del sector turismo en su región. Por ello, es necesario coordinar con el Ministerio de Educación y entidades públicas y privadas que manejan los programas de educación para el turismo.
6. Consolidación de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación: se constituye en una herramienta fundamental para lograr una actividad turística competitiva a nivel internacional y mejorar la toma de decisiones en el sector. Por ello, el Estado debe propiciar un manejo adecuado de la información que permita la toma de decisiones en materia de inversiones para el empresariado, en materia de regulación y supervisión para el Gobierno, y en materia de selección de destinos y servicios para el turista. Además, debe facilitar a los turistas el acceso a la información, acogiendo las tecnologías que a nivel internacional son utilizadas para la información y la adquisición de planes turísticos

Si bien son estrategias nacionales, el principal esfuerzo lo deben hacer las regiones y principalmente los entes municipales junto con las autoridades y el sector privado regional.

Este CONPES se aplicará a regiones en donde se debe: contar con niveles mínimos de institucionalidad; poseer plan de desarrollo del sector integrado al Plan Regional de Desarrollo y a los Planes de Ordenamiento Territorial; poseer niveles mínimos de calidad en la oferta y estar en capacidad y tener la voluntad de destinar recursos para cofinanciar proyectos de promoción y de competitividad turística.

Documento Conpes 3640. Lineamientos de política para el desarrollo del turismo de convenciones y congresos.

El segmento de turismo de convenciones y congresos presenta una tendencia creciente a nivel mundial. Colombia no ha sido ajena a esta tendencia y este segmento se ha convertido en uno de los más dinamizadores del sector turismo.

Resulta muy importante identificar su potencial y diseñar una política que desarrolle sus características especiales.

Como objetivo principal es definir un conjunto de estrategias para el desarrollo planificado y sostenido del turismo de convenciones y congresos y de esta manera contribuir al logro del objetivo que tiene Colombia de convertirse en un destino turístico de clase mundial. Además cuenta con unos objetivos específicos:

1. Apoyar a las ciudades/regiones en la identificación de su potencial en materia de turismo de convenciones y congresos.
2. Apoyar el desarrollo de la oferta de infraestructura e instalaciones para alojar convenciones y congresos y de acuerdo con los criterios de apoyo definidos.
3. Generar incentivos a la inversión en infraestructura para el desarrollo del turismo de convenciones y congresos.
4. Apoyar el mejoramiento del producto turístico, como complemento al turismo de convenciones y congresos.
5. Fortalecer la promoción de Colombia como destino para turismo de convenciones y congresos en el ámbito internacional y en el mercado nacional

Plan sectorial de turismo 2011 – 2014⁵⁶

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo convocó a los diferentes actores de la actividad turismo con el fin de formular estrategias de planeación turística que se unió al Plan Nacional de Desarrollo, entre los que se encuentra:

- Las autoridades regionales de turismo
- Experto en turismo
- La academia
- Empresarios
- Gremios del sector
- Y ciudadanía en general

En conjunto se define prioridades de la actividad y también la toma de decisiones que beneficiaran al turismo.

⁵⁶PLANSECTORIALTURISMO2011- 2014. (ver en línea)

<http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=657>. Citado Febrero 15 de 2013.

Para la realización del PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2011 – 2014 se hizo necesario recurrir al anterior Programa Nacional de Desarrollo, con el cual se tiene lineamientos y bases para seguir mejorando, ya que el turismo ocupa el tercer renglón de exportación del país⁵⁷.

El periodo 2008 – 2010 de Álvaro Uribe Vélez, que denominó al programa turístico “COLOMBIA: DESTINO TURÍSTICO DE CLASE MUNDIAL” que tuvo como meta mejorar la competitividad de los destinos y productos turísticos, incremento de la participación de la comunidad y equidad de ingresos; para lo cual se planteó siete grandes estrategias.

1. Mejoramiento y consolidación de la competitividad incluyendo la calidad de los prestadores de productos turísticos.
2. Mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo una mejor conexión de los destinos turísticos vía aérea.
3. Fortalecimiento del mercado y la comercialización de destinos y productos turísticos.
4. Creación de un sistema de información turístico.
5. Implementación de estímulos a la demanda y la oferta de productos y destinos turísticos.
6. Apropiación de los recursos para el apoyo de iniciativas productivas.
7. Educación para cimentar una cultura turística.

Lo cual dio como resultado:

1. Se implementó como principal programa “Gestores Regionales de Competitividad Turística”. Generando apoyo a los lugares donde pretendía crear desarrollo a través de la cadena productiva de turismo, con lo cual también se creó procesos de descentralización.

En 2008 se instauró el evento anual de TURISMO COMPITE y semestralmente se realiza una rueda nacional de negocios turísticos llamado TURISMO NEGOCIA el cual son mesas de trabajo que buscan encaminar a que Colombia presente productos turísticos competitivos de las diferentes regiones del país.

⁵⁷ PLAN SECTORIAL TURISMO 2011- 2014. (ver en línea)

<http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=657>. Citado Febrero 15 de 2013. P 6

2. Para el año 2008 los sitios turísticos deben presentar unos procesos para el mejoramiento de la calidad, con lo que se normalizó 49 normas y en 2009 se certificó 453 prestadores de servicios turísticos.
3. Certificado de calidad (pionero en América Latina), proceso de certificación de calidad con destinos turísticos sostenibles de Colombia; entre los que están: en Playa Cristal (Santa Marta), Puerto Nariño (Amazonas), que iniciaron proceso en el segundo semestre de 2008 y el Centro Histórico de Cartagena de Indias que inició proceso en 2009.
4. En cuanto ingresos, al finalizar el periodo del presidente Álvaro Uribe Vélez (2010), se registraron las siguientes cifras:
 - a. Los impuestos al turismo y contribuciones parafiscales alcanzo \$39.500.000.000 de pesos
 - b. Los ingresos parafiscales en 2007 fue de \$4.470.000.000 de pesos, mientras que para 2010 se llegó a \$23.500.000.000 de pesos.
 - c. Los impuestos al turismos en 2008 y 2009 fue de \$7.000.000.000 de pesos y en 2010 fue de \$16.000.000.000 de pesos
5. Se creó un sistema de información turística el cual permite consultar información que apoya el análisis y la toma de decisiones en la actividad turismo. Esta base de datos se creó en conjunto con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística
6. La conexión vía aérea se incrementó en 10 nuevas rutas con 52 vuelos semanales y ampliación de 8 rutas con 49 vuelos semanales en 2008. Para el 2009 se sumaron 10 rutas más con 36 vuelos semanales y se amplió 3 rutas más, para 2010 se cuenta con 147 rutas aéreas internacionales.
7. En cuanto a educación se logró cimentar una cultura turística, lo cual se trabajó con colegios; esta campaña se llamó COLEGIOS AMIGOS DEL TURISMO, se articuló con la educación básica y media contenidos turísticos y en general el uso creativo del tiempo libre, siendo eje transversal en todas las asignaturas, al cual se vinculó 18 colegio del país como plan piloto.
8. Por la difícil situación en seguridad que afrontaba el país por aquella épocas se estableció el programa “rutas seguras, vive Colombia, viaja por ella”; este programa se deriva de los consejos de seguridad turística que lidera el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y se lo realizaba en temporadas de viaje alta y fines de semana con lunes o viernes con festivos (festivos).

Visión 2020 del sector turismo⁵⁸

En el año 2000 se instituyó un plan a largo plazo (2020) el cual enfoca esfuerzos para establecer a Colombia como un país con productos turísticos distinguidos por su calidad y variedad. Las metas a las cuales se quiere llegar son las siguientes:

- a. Se pretende que el turismo se posicione como una actividad de gran importancia para el desarrollo económico del país, siendo generadora de empleo y eficiente redistribuidor de los ingresos. Por eso es necesario que cada región se especialice en una o en varias de las siguientes categorías, teniendo en cuenta sus ventajas absolutas: cultural comprende turismo histórico, arqueológico, gastronómico, fiestas, carnavales, expresiones religiosas y etnoturismo.
 - b. Turismo de aventura: prácticas deportivas, recreacionales (canopy, espelismo, canotaje, parapente, etc.), buceo recreativo.
 - c. Turismo de naturaleza: ecoturismo, avistamiento y agroturismo.
 - d. Turismo de sol y playa: balnearios, turismo náutico.
 - e. Turismo de congresos: eventos e incentivos convencionales, ferias especializadas, torneos deportivos y negocios.
 - f. Turismo de salud: tratamientos médicos asistenciales y tratamientos alternativos.
2. Colombia se especializara en turistas de altos ingresos.
 3. En Colombia se espera que el turismo contribuya a preservar valores sociales y patrimoniales y elemento fundamentales para generar orgullo nacional.
 4. Con la existencia de trabajo mancomunado entre lo público y privado se hará que el producto obtenga calidad y diferenciación.
 5. El capital humano tendrá ingresos altos y mejor calidad de vida, con formación en las exigencias del mercado y con personal bilingüe.

⁵⁸PLAN SECTORIAL TURISMO 2011- 2014. (ver en línea)
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=657>. Citado Febrero 15 de 2013. P 12.

6. Apoyo para la investigación y el desarrollo tecnológico turístico con ayuda para recolección y análisis de la información, lo cual será fundamental en la toma de decisiones.

Plan nacional de desarrollo 2010 – 2014
Prosperidad para todos
Turismo como motor de desarrollo regional

En la propuesta PROSPERIDAD PARA TODOS por el presidente Juan Manuel Santos, dedica un capítulo al turismo titulado “TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO REGIONAL” en la cual se formula lineamientos a seguir

1. Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública de turismo a nivel nacional y regional. dentro de este está como puntos importantes:
 - a. El gobierno debe asesorar a las regiones en la formulación y ejecución de planes de desarrollo turístico.
 - b. Establecer una adecuada interlocución entre la región y las entidades de orden nacional.
 - c. Ejercer una coordinación nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; encargado de revisar el cumplimiento de lineamientos y normas dictadas.
 - d. Ejecutar coordinación regional a través de Comités de Coordinación de Turismo, encargada de articular la región con la nación.
 - e. El fortalecimiento local del turismo tendrá como punto específico la erradicación de la explotación sexual a menores de edad.
2. Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización:
 - a. Es necesario dar respuesta a las exigencias del mercado nacional e internacional cumpliendo exigencias mínimas a través de procesos de normalización y certificación. Para ello se hace necesario la construcción de reglamentos técnicos sobretodo en el turismo de aventura (son los más peligrosos contra la integridad física de las personas que los utilizan), además de evaluación y certificación de hoteles.
 - b. Es necesario que las empresas relacionadas con el turismo formalicen el salario de las personas que laboran.

- c. Promover certificaciones técnicas sectoriales o municipales.
3. Fortalecer las habilidades y competencias de talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y generación de empleo:
- a. Fortalecer con cursos y capacitaciones de las personas que trabajan en la actividad turística.
 - b. El personal vinculado maneje al menos dos idiomas.
 - c. El gobierno nacional certificara en competencias laborales, en manejo de idiomas, capacitación en servicios, capacitación y diseño de producto.
 - d. La investigación de turismo se hará a través de instituciones educativas (tendencia del mercado mundial del turismo).
4. Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo:
- a. Es necesario la infraestructura para entregar un producto de calidad y de talla mundial.
 - b. El gobierno apoyará o incentivará a la construcción, remodelación y ampliación de la planta turística.
 - c. Se hará una evaluación del Plan Vallejo (permite el ingreso de materia prima, insumos y bienes de capital; libres de derechos aduaneros a cambio de exportaciones equivalentes) para el sector del turismo de salud y de convenciones.
 - d. Cofinanciación a proyectos privados con el Fondo de Promoción Turística (FONTUR), Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo (FONADE), la Unidad de Administrativa Especial de Parque Naturales y el Ministerio de Cultura con el fin de coordinar proyectos de pequeña infraestructura turística y proyectos de alto impacto turístico (conservación y adaptación de patrimonio naturales e historia)
 - e. El gobierno gestionara la ampliación de la conectividad de la vía aérea tanto en frecuencia, destino y rutas internacionales.
 - f. El gobierno y el ente departamental podrá declarar zonas de desarrollo turístico para que se conviertan en polos generadores de demanda turística.

5. Impulsar la inversión en el sector turístico buscando la generación de valor agregado nacional:
 - a. Generar las condiciones para que se cree y mantenga incentivos para la inversión extranjera directa, particularmente ajustar la normatividad para el desarrollo etnoturístico.
6. Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados:
 - a. Colombia debe enfocarse a productos naturales, culturales, de aventura, de sol y playa, náuticos, de congresos y de salud y bienestar.
7. Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados de turismo:
 - a. Desde una investigación de mercado para así posicionar al país internacionalmente.
 - b. Fortalecer el sistema de información turística en lo que se llamara “registro de información turística”

Meta

Visitantes extranjeros: actualidad Personas 2.494.000, meta cuatrienio 4.000.000
 Turistas a parques naturales: actualidad Personas 703.515, meta cuatrienio 1.000.000, Ingreso de divisas por turismo Millones de USD: actualidad \$ 2.671, meta \$4.000

Políticas de mercadeo y promoción turística de Colombia

Entre las políticas más importantes de mercadeo y promoción de Colombia se encuentra:

- Turista satisfecho, trae más turistas (1970).
- Enamórese de su Colombia (1975).
- Por las rutas de Colombia (1985).
- Quédate en Colombia (1986).
- Vale turismo nacional (1987).
- Colombia: tu nuevo destino (1991).
- Colombia: para amarla hay que andarla (1994).
- En conmemoración de los 500 años del descubrimiento de América: Colombia: el país continente (1992).
- Colombia: el mundo en un solo lugar (1994).
- Vive Colombia, viaja por ella (2001 – 2006): se consolida la cultura del viaje de los colombianos.
- Colombia: el riesgo es quedarse (2007).

- Colombia: destino turístico de clase mundial (2007), es aquí donde se plantea: Visión 2020
- Colombia. El riesgo es que te quieras quedar” (2006 al 2012) Campaña publicitaria internacional que trata de dar a conocer a país, el cual muestra a Colombia como un sitio de acogida y que quiere romper el paradigma del colombiano.
- Colombia. Realismo mágico (2013 – actualidad). Esta campaña trata de consolidar la imagen que tiene Colombia que hizo con la anterior campaña de “Colombia. El riesgo es quedarse”, lo cual dio confianza a los visitantes y ahora se trata de dar a conocer los múltiples y mágicos lugares que presenta como producto Colombia. Inspirada en la el único premio nobel que tiene Colombia Gabriel García Márquez.
- El surgimiento de las estrategias de la imagen país o marca país, soporte para la exportación, inversión y turismo para la nación. Se venía pensando desde la administración del expresidente Cesar Gaviria Trujillo cuando se contrató a Monitor Company para conocer la competitividad de sectores como petroquímica, flores, textiles, artes gráficas y turismo. El estudio concluyó que el país necesitaba un reposicionamiento global de sus productos basado en la calidad y el servicio, pero solamente se los creo en la administración de Álvaro Uribe Vélez con la iniciativa “Colombia es Pasión”
 - Colombia es pasión⁵⁹
Se crea el 25 de agosto de 2005 bajo el manejo de Proexport, la primera dama de la nación, el asesor presidencial para las comunicaciones e Inexmoda, se contrató a David Light le, consultor internacional de la empresa Visual Marketing Associates. Esta Marca País trabajó hasta 2011



IMAGEN 2. Colombia es pasión.
FUENTE: MCIT

⁵⁹VERGARA VARGAS Cristian Camilo, Colombia y su marca país: un secreto de estado. (ver en línea)<http://www.revistapym.com.co/destacados/colombia-su-marca-pais-secreto-estado>. Citado en Marzo 15 de 2014

Con esta marca país se maneja la promoción turística a través de la promoción “vive Colombia, viaja por ella” fijando la promoción de interés cultural y recreativo para nuestro país.

o La respuesta es Colombia⁶⁰

Estrenada el 7 de septiembre de 2012 deja de lado la marca Colombia es pasión, en el cual maneja el dominio .CO dominio de internet asociado a Colombia. El cual busca refrescar la imagen del país haciendo énfasis en otras áreas y no especializándose en una, como lo hacía Colombia es pasión con el turismo. El cambio corresponde al buen momento internacional en el que se encuentra Colombia y se orienta en centrar la atención del exterior hacia la diversidad de oportunidades del país. Bajo este nuevo contexto, Colombia ya no es un interrogante en el mundo sino la respuesta, como explican sus creadores.



IMAGEN 3. La respuesta es Colombia.
FUENTE: MCIT

Resultados de planes, políticas y mercadeo para el turismo en Colombia.

Para el análisis de los resultados de los planes, políticas y mercadeo se ha decidido estudiar los últimos 4 años, la información presentada se la recolecto del Vice ministerio de Turismo, que está ligado al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; siendo esta información veraz y de fuente confiables. Los datos que presenta el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), no han sido actualizados desde 2005 ya que solo fueron una prueba piloto para el manejo de la Cuenta Satélite de Turismo (CST).

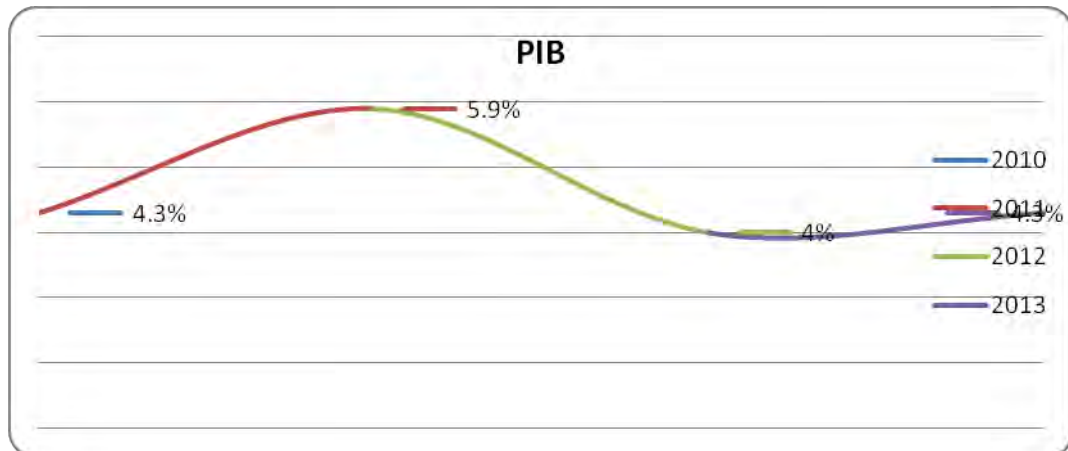
⁶⁰ REVISTA SEMANA, La nueva Marca País, ¿mejor que las anteriores? (ver en línea)

<http://m.semana.com/nacion/articulo/la-nueva-marca-pais-mejor-antiores/264530-3>. Citado marzo 15 de 2014

Es necesario dar a conocer que los informes que presenta el Viceministerio de Turismo son mes a mes y al momento de elaborar este trabajo se encuentra la información hasta el mes de diciembre de 2013; es decir, que son 5 meses de recolección, evaluación y presentación del informe.

Durante los últimos cuatro años se tuvo un PIB en promedio bueno después de la crisis inmobiliaria de Estados Unidos que se salió de cierta manera bien librados. En año 2010 el PIB creció en 4.3%, fue jalónada por la explotación de minas y canteras con el 11.1%, Comercio, reparación, restaurantes y hoteles 6% y por la Industria manufacturera 4.9%; el 2011 Colombia tuvo un incremento del PIB de 5.9%, fue el mejor desde 2007 estando por encima de países como Rusia, México, Canadá, Alemania, Estados Unidos, entre otras potencias. Impulsado por el consumo de los hogares y el sector privado de 6.5% y 17.2% respectivamente. Todos los sectores generaron crecimiento, pero los de mayor crecimiento son los sectores minero energético 14.3%, transporte 6.9% y comercio, restaurantes y hoteles 5.9%. Para el año 2012 el PIB creció 4% y de nuevo se puso a prueba la solidez de la economía colombiana por las grandes incertidumbres que rondaban los mercados internacionales como por ejemplo no se observaba crecimiento de la Unión Europea y Estados Unidos apenas creció el 2% y la economías asiáticas se desaceleraban, los sectores que más crecieron fueron: la explotación de minas 5.9%, establecimientos financieros, seguros inmuebles y servicios a las empresas 5.5%, servicios sociales, comunales y personales 4.9% y comercio, reparación, restaurante y hoteles 4.1%. Para el 2013 el PIB alcanzó el 4.3% este comportamiento se explica por las variaciones sectoriales en 10,8% en construcción; 6,1% en agropecuario, silvicultura, caza y pesca; 4,8% en servicios sociales, comunales y personales; 4,2% en establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas; 4,1% en electricidad, gas de ciudad y agua; 3,9% en explotación de minas y canteras; 3,8% en comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles; 2,7%.

GRAFICO 3. Producto interno bruto. Colombia. 2010 - 2013.



Fuente: Dane. 2014

En cuanto al turismo mundial en el año 2010 los principales crecimientos los registró Asia y el Pacífico. África mantuvo su crecimiento en 7% y Oriente Medio retornó a un crecimiento de 14%, Mientras las Américas se recuperaron con un crecimiento de 6% de la caída de 2009, la recuperación de Europa registro 3% fue más lenta que la de otras regiones; para el 2011 las llegadas de turistas internacionales en 2011 crecieron 4,4%, alcanzando la cifra de 980 millones de turistas. Europa 6,0% y Asia y el Pacífico 5,6% fueron las regiones con mayor crecimiento. Oriente Medio registró una caída de 7,9%. En el 2012 la llegada de turistas internacionales creció en 4%, llegando a los 1035 millones de turistas. Las regiones que tiene un mayor crecimiento son Asia y el Pacífico con 6,8% y África con 6,3%; mientras que Oriente Medio registró una caída de 4,9%.

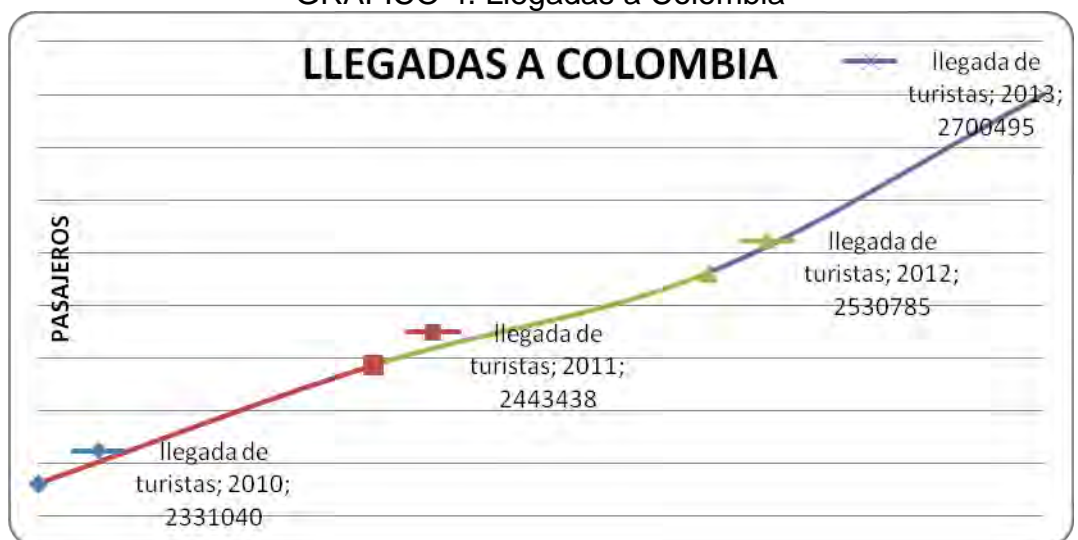
TABLA 9. Llegada de turistas en el mundo

AÑO	TURISTAS (MILLONES)	CRECIMIENTO (%)
2010	940	6.6
2011	980	4.4
2012	1035	4
2013	1087	5.02

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). 2012

En cuanto a la llegada de viajeros desde el exterior a Colombia se registró en 2010, 2.331.040 personas, al siguiente año se registró un crecimiento de 4.6%, para el 2012 creció 3.6% y para 2013 6.7%, para un promedio anual de 2.501.439 llegadas al país. Cabe destacar que para el año 2011 Colombia organizo el mundial sub 20 de futbol masculino lo que dio apertura a una nueva era de vistas de extranjeros al país.

GRAFICO 4. Llegadas a Colombia



FUENTE: DAS Y MCIT. 2013

Para este objetivo es importante obtener el número de visitantes que en realidad llegan hacer turismo: para ello a ese total de llegadas del extranjero se le debe restar los colombianos que residen en el exterior o que salieron por algún motivo fuera del país y regresan, se entiende por turismo a una estancia superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos, por tal razón no se cuenta tampoco a los cruceros que llegan por horas; también a ese gran total se debe restar a los extranjeros residentes en el país y así se obtiene un total de turistas que llega a Colombia. Durante el periodo estudiado para el año 2011 se incrementaron con respecto a 2010 en 2.3%, en el 2012 6.3% y en el 2013 8.5%.

TABLA 10. Llegada de no residentes

AÑO	LLEGADA DE TURISTAS	COLOMBIANOS	CRUCEROS	EXTRANJEROS RESIDENTES	TOTAL TURISTAS
2010	2331040	513694	266189	89056	1462100
2011	2443438	546024	315304	85709	1496401
2012	2530785	583561	254403	101701	1591120
2013	2700495	561703	306694	105798	1726300

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos OEE – MCIT. 2013

Del total de los visitantes, distribuidos por meses, como es de esperarse la mayor participación lo tienen los meses de temporada alta julio agosto por ser meses de vacaciones y diciembre por fin de año, sin embargo, los primeros meses de cada año están tomando fuerza en la participación en la llegada de turistas.

TABLA 11. Llegada de turistas extranjeros no residentes a Colombia por meses.

MES	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
ENERO	7.6%	8.4%	8.4%	7.6%	8.0%
FEBRERO	7.6%	8.1%	8.5%	8.8%	8.2%
MARZO	8.2%	8.7%	8.4%	7.8%	8.3%
ABRIL	6.9%	7.8%	7.7%	7.2%	7.4%
MAYO	7.3%	7.7%	7.4%	7.7%	7.5%
JUNIO	8.4%	8.4%	8.1%	8.2%	8.3%
JULIO	9.7%	9.3%	9.4%	9.9%	9.6%
AGOSTO	9.7%	9.1%	9.5%	9.1%	9.4%
SEPTIEMBRE	7.7%	7.5%	7.7%	8.0%	7.7%
OCTUBRE	8.2%	7.5%	7.5%	8.2%	7.8%
NOVIEMBRE	8.3%	8.1%	7.8%	8.8%	8.3%
DICIEMBRE	10.5%	9.5%	9.6%	8.7%	9.6%

FUENTE: DAS Y MCIT. 2013

Ahora bien, la llegada de extranjeros no residentes se realiza con mayor participación en promedio desde Estados Unidos con el 21.2% seguido por Venezuela y Ecuador con 14% y 7.1% respectivamente, lo siguen Argentina con 6.3%, España 5.4%, Perú 5.3%, Brasil 5.2%, México 5.0%, Chile 4.1%, Canadá 2.4% y Otros 24.0%; sin embargo Estados Unidos al ser el primer país con mayores turistas ha venido perdiendo terreno frente a otros países, lo mismo que Ecuador y España; al contrario los que están creciendo son Venezuela, Argentina y Perú.

TABLA 12. Viajeros extranjeros no residentes, por países

PAÍS NACIONALIDAD	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Estados Unidos	23.7%	20.5%	20.7%	19.9%	21.2%
Venezuela	13.4%	14.5%	14.5%	13.9%	14.0%
Ecuador	8.3%	6.9%	6.8%	6.6%	7.1%
Argentina	5.7%	5.9%	6.5%	7.0%	6.3%
España	5.5%	5.6%	5.5%	5.2%	5.4%
Perú	5.4%	4.9%	5.2%	5.6%	5.3%
Brasil	4.5%	5.9%	5.2%	5.2%	5.2%
México	4.6%	5.0%	5.1%	5.5%	5.0%
Chile	3.1%	3.5%	4.6%	5.1%	4.1%
Canadá	2.0%	2.6%	2.6%	2.3%	2.4%
Otros	24.0%	24.7%	23.4%	23.8%	24.0%

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos OEE – MCIT. 2013

Mientras que por regiones del mundo a Colombia la mayoría de las visitas las hace desde el continente Americano, seguido por Europa, Asia Oriental y El Pacífico, Asia Meridional, África Y oriente medio en último lugar.

TABLA 13. Viajeros extranjeros no residentes, por regiones mundiales

REGIÓN	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Américas	81.2%	79.7%	80.3%	80.4%	80.4%
Europa	16.5%	17.9%	17.1%	17.0%	17.1%
Asia Oriental Y Pacifico	1.8%	1.9%	2.1%	2.0%	2.0%
Asia Meridional	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%
África	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Oriente Medio	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos OEE – MCIT. 2013

En cuanto a la forma de llegada al país, la mayoría de los no residentes lo hacen por vía aérea, lo sigue la vía terrestre y en mínima parte lo hace por vía marítima o fluvial.

TABLA 14. Viajeros extranjeros no residentes, medio de transporte

MEDIO DE TRANSPORTE	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Aéreo	88.4%	88.7%	89.0%	89.3%	88.9%
Terrestre	11.2%	10.6%	10.0%	9.4%	10.3%
Marítimo o fluvial	0.4%	0.7%	1.0%	1.3%	0.8%

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos OEE – MCIT. 2013

Año a año se registra un gran incremento en el transporte vía aérea, entre el año 2010 a 2011 hubo un incremento de 11%, mientras que la vía terrestre disminuyó por los diferentes problemas existentes por diplomacia entre países vecinos como Ecuador y Venezuela la disminución fue de -4.1% para este mismo periodo; mientras que la entradas por vía fluvial y marítima en el 2011 no son muy representativas, sin embargo estas han venido en incremento y para este año fue de 6%. Para el 2012 los vuelos internacionales crecieron en 12%, la vía terrestre disminuyó en -4.2% y la vía marítima o fluvial 5.7%; para el 2013 En lo refiere a la

vía marítima creció en 29% la llegada de barcos de turistas Por vía aérea hubo un incremento de 13.9% de tiquetes internacionales. Vía terrestre se registró un incremento de 6.3%. Los principales puertos de llegada son San Andrés, Santa Marta y Cartagena. Las principales llegadas vía aérea son a Bogotá, Rionegro, Cali, Cartagena, Barranquilla, Pereira, Bucaramanga, Isla de San Andrés, Armenia y Cúcuta. Los puntos de entrada terrestre son Cúcuta con entrada de venezolanos, seguido por Ipiales por ecuatorianos y Maicao también de venezolanos, siendo estas las más importantes.

En general, la llegada de turistas extranjeros no residentes se hace a la ciudad capital del país, lo sigue Cartagena, Medellín, Cali, San Andrés, Barranquilla, Cúcuta, Bucaramanga, Santa Marta, Pereira y el Resto de ciudades.

TABLA 15. Principal ciudad de destino de turistas extranjeros no residentes

CIUDAD	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Bogotá	51.2%	53.3%	52.0%	51.6%	52.0%
Cartagena	11.5%	11.7%	12.8%	13.2%	12.3%
Medellín	11.1%	9.7%	10.0%	10.9%	10.4%
Cali	7.7%	7.0%	6.8%	6.9%	7.1%
San Andrés	3.3%	3.5%	3.2%	3.1%	3.3%
Barranquilla	3.6%	3.1%	3.1%	3.0%	3.2%
Cúcuta	1.1%	1.3%	1.7%	1.8%	1.5%
Bucaramanga	1.6%	1.5%	1.3%	1.1%	1.4%
Santa Marta	1.2%	1.3%	1.4%	1.3%	1.3%
Pereira	1.1%	1.0%	1.1%	0.8%	1.0%
Resto	6.7%	6.6%	6.7%	6.3%	6.6%

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos OEE – MCIT. 2013

Los motivos del viaje hacia Colombia por extranjeros fue por vacaciones, recreación y/o ocio en su gran mayoría, lo sigue los motivos de negocios y motivos profesionales, luego esta trabajo, otros por tránsito, educación y formación y por ultimo por Salud y atención médica.

TABLA 16. Motivo de viaje de extranjeros no residentes

MOTIVO	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Vacaciones, recreo y ocio	72.4%	64.9%	64.9%	65.8%	67.0%
Negocios y motivos profesionales	3.8%	12.8%	13.4%	15.0%	11.2%
Trabajo	9.8%	9.6%	10.3%	8.0%	9.4%
Tránsito	5.2%	4.2%	4.3%	2.4%	4.0%
Educación y formación	0.6%	0.6%	0.7%	1.6%	0.9%
Salud y atención médica	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
Otros motivos	7.9%	7.7%	6.2%	6.9%	7.2%

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos OEE – MCIT. 2013

En cuanto al turismo emisor para el año 2010 salieron 2.341.652 colombianos por fuera del país por vía terrestre salieron 21.6%, por vía aérea viajo el 77.2% y por vía marítima 1.2%. En 2011 salieron 2.521.682 colombianos la mayoría los hizo por vía aérea 77.7%, vía terrestre 21.4% y marítima 0.9%. Para el año 2012 se

registraron 3.164.730 colombianos que salieron hacer turismo por fuera de Colombia, el 79.6% lo hizo por vía aérea, el 19.4% lo hizo por vía terrestre y el 0.9% lo hizo por vía marítima o fluvial. Para 2013 creció en 13.9% llegando a que 3.604.631 personas salgan hacer turismo. La forma en que emprendieron su viaje por medio aéreo el 77.5%, terrestre 20.8% marítimo y fluvial 1.4%.

Los principales destino de los colombianos son en su mayoría a Estados Unidos, Venezuela y Panamá.

TABLA 17. País de destino de los turistas colombianos

DESTINO	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Estados Unidos	32.6%	34.7%	30.9%	31.1%	32.3%
Venezuela	12.6%	6.8%	15.0%	16.8%	12.8%
Panamá	11.2%	12.6%	10.9%	9.5%	11.1%
Ecuador	9.5%	9.2%	10.1%	8.6%	9.3%
España	6.8%	7.9%	5.9%	5.0%	6.4%
México	4.2%	4.1%	4.2%	6.1%	4.7%
Perú	3.3%	3.9%	3.5%	3.0%	3.4%
Argentina	2.6%	2.9%	2.5%	2.1%	2.5%
Chile	2.2%	2.1%	2.2%	1.9%	2.1%
Brasil	2.1%	2.2%	2.1%	2.2%	2.1%
Otros	12.9%	13.8%	12.6%	13.7%	13.2%

FUENTE: Migración Colombia. Cálculos. OEE – MCIT. 2013

Ahora pasando al turismo colombiano interno; los llegadas de pasajeros aéreos nacionales se incrementó en 4.3%, ya que paso de 13.235.146 pasajero a 13.801.682 en 2011 se lo explica por el mundial de futbol, mientras que para el 2012 hubo un incremento de 16.6% llegando a la cifra de 13.807.682 pasajeros y a 2013 se llegó a 18.923.994 incrementándose el 17.5%; es tos últimos años es explicado por la regulación de precios por parte del gobierno y la ampliación y creación de nuevas rutas aéreas nacionales, lo que beneficio al departamento de Nariño. La otra manera de contabilizar el turismo nacional es por medio del transporte terrestre; la medición por vía terrestre se la hace por medio de dos método el primero son los terminales de transporte y la segunda forma de medir el turismo (ya que turismo es la salida de personas de su sitio habitual de residencia en una estancia menor a una año) por medio de contabilización de peajes; en cuanto a la salidas por terminales terrestre en el año 2010 se registró la salida de 113.602.834 personas, para 2011 la cifra disminuyó a 111.829.682 disminuyendo en 1.6%, para el 2012 disminuyó en 3.5% alcanzando la cifra de 107.930.989 salidas y para el 2013 salieron por vía terrestre 99.407.748 pasajeros disminuyendo el 7.9%, estos es claro ya que los turistas comenzaron a viajar por vía aérea; con el pago de peajes en el 2010 pagaron 405.581943 tiquetes para el 2011 ese pago se disminuyó en 10.8%, esto es explicado por el cambio de gobierno presidencial, pero para el año 2012 se incrementó en 21.4% llegando al pago de 43.948.235 pagos y en el 2013 el crecimiento sobrepaso el 10% con 48.602.455 pagos de peajes en todo el país.

Los principales destinos de los colombianos son Bogotá, Rionegro, Cali, Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Santa Marta, Pereira y San Andrés

TABLA 18. Principales destinos de turismo interno colombiano

CIUDAD	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO
Bogotá, D.C.	39.4%	39.5%	37.3%	36.3%	38.1%
Rionegro	9.2%	9.5%	11.5%	13.3%	10.9%
Cali	9.1%	8.5%	8.6%	9.0%	8.8%
Cartagena	6.0%	6.3%	7.5%	7.7%	6.9%
Barranquilla	4.9%	4.8%	5.1%	5.0%	4.9%
Bucaramanga	4.2%	4.0%	3.9%	3.7%	4.0%
Medellín	3.5%	3.2%	2.8%	2.5%	3.0%
Santa Marta	3.0%	3.0%	3.1%	3.3%	3.1%
Pereira	3.3%	3.4%	2.5%	2.6%	2.9%
San Andrés	2.7%	2.6%	2.7%	2.8%	2.7%
Otras	14.6%	15.3%	15.1%	13.9%	14.7%

FUENTE: Aerocivil, terminales de transporte de Colombia y viceministerio de turismo. Cálculos OEE – MCIT. 2013

Otra parte importante es la visita a Parque Nacionales Naturales (PNN) y los Santuarios de Fauna y Flora (SFF). En el periodo estudiado en promedio se registró un total de visitas al año de 220.210; el principal PNN Corales del Rosario que en promedio registra un total de 111.098 turistas y abarca casi el 50% del total de los registro, en segundo lugar esta PNN Tayrona, en tercer lugar está el PNN los nevados y en cuarto lugar a nivel nacional y como primer SFF en Nariño las Isla de la Corota en el corregimiento del Encano municipio de Pasto (es el área protegida más pequeña del Sistema de Parques Nacionales de Colombia. El Santuario protege al ecosistema de la pequeña isla de La Corota, que se encuentra en medio de la Laguna de la Cocha, uno de los lagos más grandes del país) con un promedio de visitas anuales de 8395 personas.

TABLA 19. Visita a parque nacionales naturales (pnn) y los santuarios de fauna y flora (SFF)

PNN Y/O SFF	2010	2011	2012	2013	PROMEDIO	PROMEDIO
Corales del Rosario	43.3%	46.5%	50.9%	50.5%	47.8%	111098
Tayrona	35.1%	34.6%	35.6%	34.6%	35.0%	76261
Nevados	7.6%	6.5%	1.9%	1.9%	4.5%	4242
Isla de la Corota	4.5%	3.6%	4.2%	3.8%	4.0%	8395
Chingaza	1.3%	1.4%	1.7%	1.7%	1.5%	3808
Old Providence	1.2%	1.4%	1.2%	1.2%	1.3%	2655
Amacayacu	2.2%	1.8%	0.3%	0.7%	1.2%	1475
El Cocuy	1.1%	1.0%	1.2%	1.6%	1.2%	3543
Iguaque	0.6%	0.7%	0.8%	0.6%	0.7%	1388
Gorgona	0.8%	0.8%	0.3%	0.5%	0.6%	1063
Otros	2.2%	1.7%	2.0%	2.9%	2.2%	6282
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	220210

FUENTE: UAEPN. Cálculos OEE – MCIT. 2013

Los principales motivos de viaje entre los colombianos está en primer lugar las vacaciones, recreo y ocio, en segundo lugar negocios y motivos profesionales, salidas a convenciones y salud entre las más importantes

TABLA 20. MOTIVO DE VIAJE DE LA POBLACIÓN

AÑOS/ MOTIVO	NEGOCIOS	OCIO	CONVENCIONES	SALUD	OTROS
2010	41.3%	47.7%	7.8%	1.1%	2.0%
2011	42.5%	46.4%	7.4%	1.0%	2.7%
2012	41.9%	44.7%	9.0%	1.0%	3.5%
2013	41.5%	46.3%	8.0%	1.1%	3.1%
PROMEDIO	41.8%	46.3%	8.1%	1.1%	2.8%

FUENTE: DANE MMH. Cálculos OEE –MCI. 2013

Alrededor de la llegada y salida de turistas de Colombia, existe una serie de empresas prestadoras de servicios, a la que se denominó Industria Turística por parte del MCIT, para el año 2010 se contaba con 13.475 empresas registradas legalmente y a finales de 2013 se cuenta con un total de 18.435 empresas anualmente se registra un crecimiento del 11% aunque ese crecimiento se ha ido pausando, sin embargo, es de apreciar que las empresas alrededor del turismo crece de manera significativa en el país.

TABLA 21. Industria turística de Colombia

ACTIVIDAD	2010	2011	2012	2013
Alojamiento	6289	6921	8286	8552
Viajes y turismo	2532	2862	3327	3590
Guía turismo	1700	1730	1809	1815
Operadores	889	1109	1422	1595
Gastronomía	764	825	970	989
Representación turística	363	409	504	525
Operador congresos	241	273	351	360
Mayoristas	171	209	261	292
Transporte terrestre	189	208	246	255
Arrendador vehículos	100	101	103	103
Tiempo compartido	43	48	53	58
Captadora ahorro viajes	25	27	29	31
Concesionarios turísticos	4	5	7	7
Parques temáticos	2	3	7	7
Intercambio vacacional	2	2	2	2
Otras	161	192	223	254
TOTAL	13475	14924	17600	18435

FUENTE: RNT (Registro Nacional De Turismo). Cálculos OEE – MCIT. 2013

De la misma manera, es importante destacar que la distribución geográfica de las empresas que giran alrededor del turismo, el promedio por cada año está marcado en gris y en café está marcado el departamento de Nariño, en todos los años estudiados está por debajo de ese promedio, sin embargo la tasa de crecimiento del país está en el 11% como antes se indicó y la tasa de crecimiento de Nariño es cercana al 12%

TABLA 22. Número de prestadores activos por su distribución geográfica

DEPARTAMENTO	2010	2011	2012	2013
Bogotá	2685	2969	3426	3625
Antioquia	1421	1592	1911	2009
Bolívar	951	1029	1192	1234
Santander	883	986	1129	1205
Valle	859	960	1177	1235
Quindío	621	715	837	940
Magdalena	628	707	839	885
Cundinamarca	519	575	687	737
Boyacá	493	520	585	608
Risaralda	427	481	586	601
Tolima	428	470	567	590
Huila	420	469	550	571
Meta	415	459	584	608
Caldas	353	386	423	442
Norte de Santander	291	315	357	363
Nariño	278	307	355	387
Atlántico	264	295	335	347
Casanare	239	259	347	369
San Andrés	192	205	201	206
Sucre	166	180	212	222
Cesar	130	147	176	184
Amazonas	110	146	177	187
Choco	113	134	159	166
Cauca	120	142	149	147
Córdoba	113	130	145	151
La Guajira	104	119	135	147
Putumayo	92	84	148	92
Caquetá	58	64	69	74
Arauca	52	34	61	37
Guaviare	23	26	38	37
Vichada	16	13	24	18
Guainía	7	5	14	9
Vaupés	4	1	5	2
PROMEDIO	408	452	533	559

FUENTE: RNT. CÁLCULOS OEE – MCIT. 2013

Otro tema de importancia en el turismo es el alojamiento hotelero, esta importancia reside fundamentalmente en que constituye una fuente de apoyo al desarrollo de la actividad turismo, contribuyendo a la atracción de turistas, a la generación de empleos y por ende es fuente de ingresos para la persona como para el estado. Entre los años estudiados se puede observar que la Tasa de Ocupación Hotelera ha venido en incremento en el 2013 cae solamente un punto porcentual, las expectativas según la Revista Dinero y Cotelco se espera que la ocupación en promedio crezca al redor del 53% y 55%.

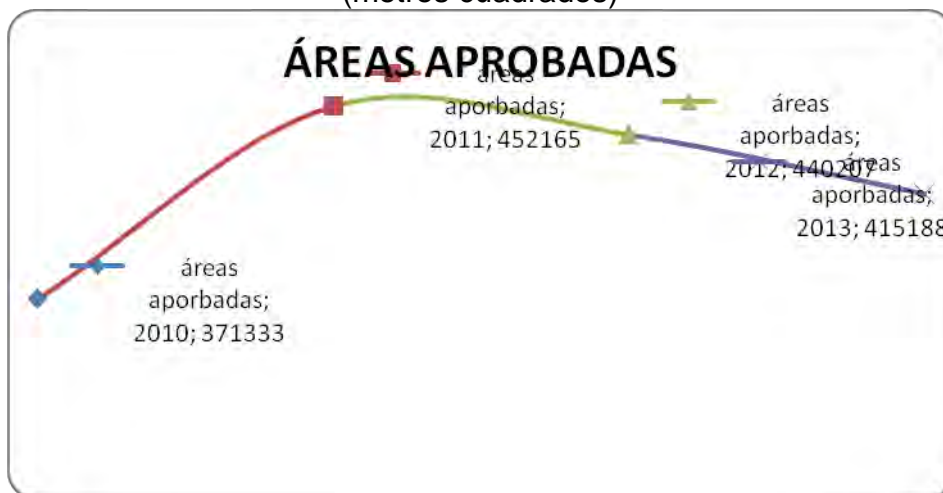
GRAFICO 5. Servicios de alojamiento para visitantes, tasa de ocupación



FUENTE: DANE. CÁLCULOS OEE – MCIT. 2013

De la misma manera otra parte importante dentro de la anterior son datos que registra el DANE en cuanto a áreas aprobadas para la construcción de alojamientos (hoteles). Como se observa en 2011 hay una quiebre de la curva ascendente sin embargo el área en metros cuadrados disminuye en baja relación con respecto a la tendencia.

GRAFICO 6. Área aprobada bajo licencias de construcción con destino hotel (metros cuadrados)



FUENTE: DANE. CÁLCULOS OEE – MCIT. 2013

Del total del área aprobada para la construcción de hoteles y alojamiento, año a año se encuentra la mayor proporción en procesos de construcción que abarca en promedio el 79.8%, el área paralizada en promedio cubre el 12.3% y el área culmina año a año es de 7.9%, es decir, que Colombia se está acondicionando para ser una potencia en el turismo receptor.

TABLA 23. Áreas de construcción con destino hotel. estado de obra

ESTADO DE LA OBRA	2010	2011	2012	2013
Área culminada	171221	205935	134162	222119
Área en proceso	1298599	1675412	2259241	2532546
Área paralizada	302850	273554	304087	244876

FUENTE: DANE. CÁLCULOS OEE – MCIT. 2013

En cuanto al manejo de los ingresos y egresos que produce el turismo, se puede decir que el gobierno tuvo algún intento por manejar la cuenta satélite de turismo (CST), en el año 2005 se hizo la prueba piloto que no la siguieron actualizando; hoy en día el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo maneja la cuentas de viajes y transporte (transporte de pasajeros) dentro de la balanza de pagos para hacer registro de la actividad turismo, tanto en importaciones como en exportaciones. Además, también se puede medir la participación en el PIB mediante la cuenta comercio, comercio, reparación, restaurantes y hoteles y la sub cuenta Hoteles restaurantes, bares y similares.

Para el periodo estudiado la balanza de pagos de Colombia registró crecimientos a pesar de la coyuntura mundial. Las exportaciones para el año 2011 creció en 9.7%, para el 2012 el 8.9% y el 2013 superó la barrera del 10% llegando a 10.6%, mientras que las importaciones de turismo vienen de una punto pero a medida del paso del tiempo la brecha se ha reducido, para el año 2011 creció al 19.8%, para el 2012 18.4% y para el 2013 tan solo creció al 7.6%. al obtener las exportaciones netas da como resultado favorable para Colombia de 379 millones de dólares.

TABLA 24. Balanza de pagos de Colombia 2010 - 2013

EXPORTACIONES EN MILLONES DE DÓLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	TOTAL
Transporte	644	791	903	1180	3518
Viajes	2083	2201	2354	2,421	9059
Total	2727	2992	3257	3601	12577
IMPORTACIONES EN MILLONES DE DÓLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	TOTAL
Transporte	547	599	737	526	2409
Viajes	1826	2243	2627	3093	9789
Total	2373	2842	3364	3619	12198
SALDO					
AÑO	2010	2011	2012	2013	TOTAL
TRANSPORTE	97	192	166	654	1109
VIAJES	257	-42	-273	-672	-730
TOTAL	354	150	-107	-18	379

FUENTE: Banco de la República. 2014

La cuenta importante relacionada con el turismo es la cuenta de Hoteles restaurantes, bares y similares que está dentro de la cuenta Comercio, reparación, restaurantes y hoteles, para el 2010 alcanzó 11.963 miles de millones de pesos lo que represento el 23.5% de la cuenta principal. Para el 2011 represento el 23%,

para el 2012 el 23% y para el 2013 también el 23%, en cuanto al crecimiento en promedio vario positivamente en 3.8% anual.

TABLA 25. PIB colombiano a precios constantes de 2005.

PIB A PRECIOS CONSTANTES DE 2005. MILES DE MILLONES DE PESOS				
RAMAS DE LA ACTIVIDAD	2010	2011	2012	2013
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	50,975	54,051	56,248	58,061
Hoteles restaurantes, bares y similares	11,963	12,453	12,954	13,375

FUENTE: Banco de la República. 2014

De lo anterior se deduce que Colombia está encaminada hacia un desarrollo positivo de la actividad turismo y que las cifras lo están demostrando, Es evidente que las ventajas comparativas ya no son suficientes para competir con éxito en los mercados internacionales, pues para hacerlo, se requiere del aprovechamiento de estas y la consolidación de las ventajas competitivas.

Hay ciertas políticas que se deben reforzar para ser potencia en este campo, por ejemplo la deficiencia en las vías, servicios públicos, acceso a atractivos turísticos, servicio de transporte, equipamiento urbano y señalización. En segundo lugar está la inseguridad y la situación de orden público ya que deja una imagen negativa del país, además se evidencia deficiencias en el diseño de planes de desarrollo turístico del país y que apenas se está haciendo una competencia con propaganda internacional. Además la falta de encadenamiento de los prestadores de servicios turísticos. También está la falta de una educación que soporte el turismo y la complementación adecuada con las Tics.

Un problema grande es que el gobierno central apoya el turismo pero en zonas donde ya está implementado, como en el Conpes de convenciones, al que da recursos para mejoramiento de infraestructura dejando en descuido a los departamentos en donde es incipiente el turismo.

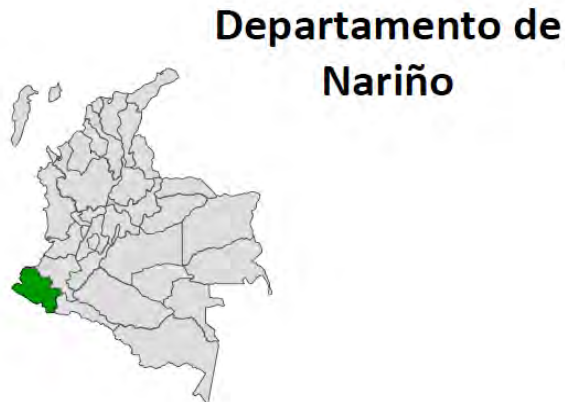
4.1.2. Analizar Las Políticas De La Actividad Turismo A Nivel Departamental.

Política regional de turismo Nariño.

Como es sabido en los últimos años la actividad del turismo ha venido en constante crecimiento tanto a nivel internacional, nacional y regional es por eso que en el departamento de Nariño también se empieza a fortalecer esta actividad con el fin de que sea mucho más significativa en el contexto económico regional ya que en los últimos años todos los esfuerzos por hacer de esta una actividad rentable para el departamento no han causado muchos efectos en la región y es más se estaba rezagando esta actividad. Cuando es sabido que Nariño tiene un gran potencialidad para explotar el turismo y que este se convierta en una fuente de empleo y crecimiento económico para la región. Nariño cuenta con innumerables recursos tanto materiales como inmateriales maravillosos para

explotar el turismo: sus paisajes, volcanes, el carnaval de negros y blancos, su gastronomía, entre otros estos son un plante formidable para ofrecer a los diferentes visitantes. Desde hace varios años se vienen desarrollando diferentes planes de desarrollo para el turismo departamental con el fin de mejorar y complementar varias de estas ofertas turísticas para así poder obtener un significativo aporte de esta actividad para la región de Nariño.

IMAGEN 4. Ubicación departamento de Nariño



FUENTE: MCIT

En el departamento se empieza a encaminar el turismo como una fuente de ingresos y progreso para la región desde el año 2001, pero es a partir del año 2004 donde comienza a tomar fuerza esta idea de desarrollo ya que se toma en serio el papel de turismo como una actividad que puede generar a futuro mayores rendimientos y beneficios para el departamento mayores incluso que la actividad agrícola que es sin duda la actividad que más referencia a Nariño.

Desde el Plan departamental de desarrollo 2004-2007⁶¹ La Fuerza del Cambio Continua, se da comienzo al establecimiento de estrategias para mejorar la demanda turística en la zona, por ende en este plan de ideas se formulan planes para lograr una mejor conectividad regional a través de la implementación del sistema de concesiones para nuevas vías. Para que un distinto y creciente número de turistas tanto colombianos como extranjeros puedan tener un mejor acceso al departamento esto es en lo que enfatizó este plan departamental, teniendo en cuenta sin duda que el mejoramiento de vías y de infraestructura son claves para generar desarrollo. Para que se recaiga en estos aspectos primero se tuvo en cuenta el plan de desarrollo de los años 2001-2003 en el cual se enfocaban en recuperar la identidad del departamento y sus valores locales esto para darle un

⁶¹ FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA, Plan De Desarrollo Turístico De Nariño 2004-2007.P 432

valor agregado a la actividad turística se plantea realizarlo a través de actividades artísticas, recreativas esto para el fortalecimiento y la valorización del patrimonio cultural para lograr así que la región sea aún más atractiva para los visitantes; ahora bien luego de recordar el camino recorrido se toma como referencia el plan departamental de Nariño 2009-2011⁶² Adelante Nariño, en el planteamiento de este se mira la necesidad de formular un plan de acción cultural el cual contenga mecanismos que sean capaces de crear institucionalidad, organización sectorial y acciones en redes de tal manera que el sistema cultural sea un determinante preponderante a la solución de los diferentes problemas que presenta el departamento, como: Violencia, mala cultura ambiental, mala cultura política , entre otros, ya que estos aspectos generan una idea negativa del departamento para los visitantes que arriban a este es por eso que tratando de cambiar estas falencias se intenta hacer atractivo la región para los turistas.

Por ende es pertinente recordar que la competitividad no se da de manera espontánea si no al contrario esta debe ser construida en forma deliberada y cuidadosamente para que sean las ventajas comparativas las que permitan ofrecer los mejores productos, para lo que es necesario crear ventajas competitivas que es sin duda en lo que los nariñenses tendrán que enfocarse.

Es así como de este modo se formula el plan de desarrollo turístico de Nariño 2012-2015⁶³ (denominado Nariño mejor) el cual busca ser tomado en cuenta como el más representativo para lograr desencadenar un proceso de competitividad y mejor posicionamiento del departamento en un mercado turístico nacional e internacional de este modo se toma como referencias potenciales de turismo en este plan para fortalecer el turismo de salud y la oferta eco turística, aprovechando las riquezas naturales del departamento. Además, incentivar la demanda nacional e internacionalmente el sector turístico y cultural hacia Nariño. Se suma a estas ideas en un entorno hacia el desarrollo productivo y competitivo del departamento, enfocándose en un compromiso de implementar consejos de seguridad turística; a realizar talleres de capacitación sobre turismo sostenible y artesanal; a promocionar eventos turísticos, culturales y artesanales; a apoyar los proyectos binacionales; a fortalecer los procesos de promoción del turismo cultural, de aventura y de salud en las subregiones de Nariño, y formular un sistema de información turística ya que como se mencionó en la región existe un gran potencial turístico para ser explotado ya que existe una gran variedad de atractivos como son los hermosos templos y museos, estos combinados con una gastronomía regional auténtica y reconocida a nivel internacional, junto con sus fiestas tradicionales y una variada geografía hacen de Nariño un departamento maravilloso en todo el sentido, cargado de cultura y naturaleza además de esto en Nariño se lleva a cabo una de las manifestaciones culturales más reconocidas en

⁶² FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA, Plan De Desarrollo Turístico De Nariño 2004-2007. P 439

⁶³ *Ibíd.*, P 445

Colombia es el Carnaval de Negros y Blancos, carnaval en el que se expresan, a través de diversos eventos, toda la influencia indígena, el legado español y la cultura africana de los tiempos de la colonización. En estas fiestas los visitantes podrán tener la experiencia única de presenciar espectáculos artísticos, mientras se deleitan con el color, la belleza y la suntuosidad de las carrozas, bailarines y participantes. Además, el Carnaval de Negros y Blancos fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación en 2001 y Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en 2009.

Ahora bien sin desviarse del tema cuyo objetivo es analizar las políticas que se implementaron en el departamento para fomentar la actividad turística de Nariño es preponderante conocer que en Nariño se están trabajando bajo un modelo que contempla 4 factores para incrementar la demanda turística, estos buscan el ajuste al estado del avance de la actividad turística, tomando como base que el turismo depende principalmente de la presencia de los factores de atracción, soporte, producción y gestión.

Entendiendo como, factores de atracción: elementos primarios del atractivo que sin lugar a duda son los que hacen que sea interesante visitar algún lugar como son su historia, costumbres, eventos y el entretenimiento que se puede ofrecer al visitante.

Los factores de soporte: se relacionan con las condiciones económicas, políticas y sociales de la región aspectos que son muy valiosos para lograr un buen desarrollo de la actividad turística este también se enfoca en la conectividad del territorio ya sea a nivel vial, aéreo, marítimo o virtual aspectos que ayudan al departamento para que esté más al alcance de los visitantes.

El factor de producción: es el encargado de analizar la oferta de prestadores de servicios turísticos así como de estar vigilantes de que exista una excelente calidad en los servicios ofrecidos y la organización para la prestación de estos.

El factor gestión: es el encargado de valorar la promoción de las acciones que se desarrollan para fortalecer el crecimiento del sector esto en torno a los canales de comercialización y promoción de la demanda y la oferta como también realiza el análisis de las gestiones de los diferentes entes privados y públicos para mejorar la calidad de los servicios de la región.

Además también se trabaja en el entorno actual del plan de turismo de Nariño se está trabajando en la implementación de las siguientes políticas de turismo:

Política de ecoturismo: Busca “fortalecer y diversificar la actividad eco turística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo

para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural.”⁶⁴

Política de turismo social: Esta política busca “Facilitar el acceso de todos los colombianos al turismo, como una posibilidad real para el ejercicio del derecho fundamental a la recreación y aprovechamiento del tiempo libre, otorgando prioridad a aquellos segmentos de población con menores posibilidades de disfrute del mismo, tales como las personas con discapacidad, las personas mayores, jóvenes y de escasos recursos económicos.”⁶⁵

Política de mercadeo y promoción turística de Colombia: “Lograr la eficacia en las acciones de promoción y mercadeo de los destinos y productos turísticos de Colombia, de manera que logre generar un crecimiento del número de viajeros nacionales e internacionales, posicionando al país como un destino competitivo.”⁶⁶

Los documentos que ha realizado el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se vuelven relevantes para Nariño, teniendo en cuenta que es a través de la investigación y el conocimiento universal y nacional de donde se toman las bases fundamentales para fortalecer el destino Nariño; a su vez el Vice ministerio de Turismo ha elaborado otros documentos valiosos para promocionar al departamento, tales como: avistamiento de ballenas, guía turística del departamento de Nariño, señalización turística, guía de turismo de naturaleza, entre otros, herramientas importantes que van dando visibilidad y operatividad al desarrollo turístico de Nariño.

En este entorno de trabajo que ha realizado el gobierno central del departamento se han mirado algunos logros en estos años en cuanto al fortalecimiento de esta actividad turística:

Año 2012

- Empresas recibieron apoyo de Proexport especialmente en la promoción de turismo religioso.
- Se realizaron 2 capacitaciones para sensibilizar a cerca de 180 empresas entre agencias y aerolíneas.
- Viajes con empresarios extranjeros se llevaron a cabo en el departamento en los que participaron mayoristas y agencias de viajes ecuatorianas.
- Periodistas especializados de medios ecuatorianos fueron invitados por Proexport para que conozcan el potencial turístico de pasto asistieron medios como el comercio el heraldo de Ambato y ecua vista.

⁶⁴ FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA, Plan De Desarrollo Turístico De Nariño 2004-2007.P 432

⁶⁵ *Ibíd.*, P 433

⁶⁶ *Ibíd.*, P 437

- Realizaron talleres turísticos en Ecuador (Quito, Ambato e Ibarra) y la semana de Colombia en el vecino país en el mes de julio.

Año 2013

- Empresas recibieron apoyo de Proexport para el desarrollo de turismo natural.
- El mercado prioritario para la promoción de la región es el Ecuador debido a su cercanía al departamento y a la cantidad de viajeros que emite vía terrestre.
- Se inicia un proceso de diversificación para atraer con el producto religioso a otros mercados como el de México.
- El departamento participó en la semana de Colombia en el Ecuador en julio de 2013.
- Para promocionar el próximo carnaval de negros y blancos se construirá una crónica que será distribuida en medios internacionales.

Estos son algunos logros que se han alcanzado hasta la fecha además de esto es de suma importancia mencionar que entre los años 2012 y 2013, comunicadores de mercados estratégicos para impulsar el turismo de esta región del país, se vieron encantados por la alegría del carnaval, la fiesta en la que, una vez al año, todos cambian de color de piel para ser iguales.

IMAGEN 5. Carroza de carnavales



Fuente: Corpocarnaval. 2010.

Y es así como se han sumado periodistas de diferentes partes del mundo de América latina y Europa a dar un especial cubrimiento de esta majestuosa festividad como es el carnaval de negros y Blancos, estos diferentes medios informativos viajaron a la región por invitación de Proexport con el fin de conocer este gran atractivo turístico cultural los reporteros de Ecuador, España, Francia y México enmarcaron en sus columnas la majestuosidad que enmarca este festival

que se celebra anualmente en pasto y en algunos de los municipios del departamento de Nariño.

Una vez contemplado el proceso que se desarrolla en el departamento en torno a la actividad turística para que esta sea un factor de mayor impacto en la zona es conveniente hablar de cómo se quiere posicionar al departamento como una región centro eje de la zona sur del país para que se incremente el ingreso de visitantes tanto nacionales como extranjeros, el camino para alcanzar esta meta tiene sus comienzos con la creación del proceso Nariño Visión 2030 proceso mediante el cual en el año 2003 el departamento adelanta un proceso de construcción colectiva de su visión la cual la denominan VISIÓN NARIÑO 2030,⁶⁷ en esta los actores se comprometieron a lograr desarrollar desde el presente, propuestas que encaminen al departamento hacia el desarrollo futuro con el cual se asegure la calidad de vida de los habitantes del departamento esto sin duda es una propuesta que si se logra realizar de una manera seria reuniendo esfuerzos mancomunadamente, puede llegar a lograrse el desarrollo deseado de la región, más sin embargo podemos mirar hoy en día que estos proyectos la mayor parte se han quedado estancados por el mal manejo que se les ha dado por parte de los gobernantes del departamento.

Resultados de planes estrategias y mercadeo de turismo para Nariño.

Es preciso anotar que como la información que existe en cuanto a la actividad turística en el departamento es muy escasa ya sea por motivos como el que esta actividad no se la tiene en cuenta de una manera directa para incluirla en cuentas departamentales porque se la considera poco significativa para le región pero que más sin embargo se la puede analizar desde otros factores como son el hotelero, restaurantes, trasporte entre otros para así demostrar que el turismo en los últimos años ha llegado a formar una parte muy valiosa en cuanto a la economía nariñense, se tendrán en cuenta indicadores de los años más recientes ya que es en los últimos años que el turismo en el departamento toma fuerza y significancia.

Es necesario mirar en primer lugar la capacidad que tiene el departamento para alojar a sus visitantes y así poder señalar si el departamento está en condiciones de acoger un número importante de turistas o si por el contrario es necesario centrarse en formular proyectos de infraestructura que mejoren la situación.

Como se puede apreciar en la tabla 26 en Nariño la ciudad que tiene más capacidad para alojar a los diferentes visitantes es pasto con un número 2.683 habitaciones y 3.391 camas lo que hace que Pasto sea la ciudad más adecuada para alojar visitantes aunque en época de carnavales es insuficiente este número de habitaciones esto se mira evidenciado ya que en estas fechas se adecuan

⁶⁷ GOBERNACIÓN DE NARIÑO, Plan de ordenamiento territorial de Nariño 2003, gaceta departamental de Nariño.

casas o apartamentos para ser arrendados por estos días únicamente, otro factor que es importante analizar es como en Tumaco siendo una ciudad turística por excelencia, ya que cuenta con playas y puerto marítimo se encuentre tan rezagada a nivel de infraestructura hotelera, contando únicamente con 441 habitaciones y un número de camas de 768 que para una ciudad de esta importancia es demasiado bajo este es sin duda el principal motivo de que en Tumaco el hospedaje para turistas sea el más costoso del departamento.

Ahora bien, en total Nariño tiene a su disposición de los turistas el 3.1% de la oferta de habitaciones del país lo que equivale a 3.859 habitaciones, como se dijo anteriormente, la mayoría están en Pasto de esta manera se puede ver que Nariño está muy mal dotado de infraestructura hotelera para los visitantes de la región y más aún en época de carnaval como es sin duda este es un problema que hay que analizar si se quiere que el departamento entre a competir con las grandes ciudades turísticas de Colombia.

TABLA 26. Infraestructura hotelera de Nariño⁶⁸

MUNICIPIO	NUMERO DE CAMAS	NUMERO DE HABITACIONES
Ipiales	1.136	740
Pasto	3.391	2.638
Tumaco	768	441
Tuquerres	58	40
Total Gral.	5.353	3.859

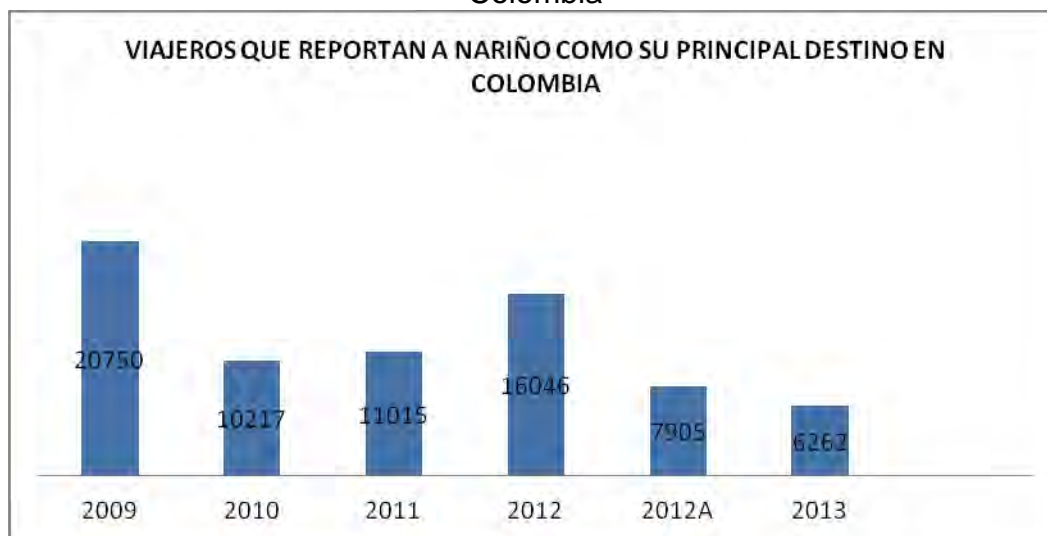
FUENTE: REGISTRO NACIONAL DE TURISMO (RNT), MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. 2013

Viajeros que reportan a Nariño como su principal destino en Colombia

Como miramos anteriormente en Nariño no se cuenta con el adecuado número de habitaciones para hospedar a los turistas que visitan la región ya que si se compara el número de visitantes que tienen a Nariño como su principal destino en Colombia en el año 2012 entre los meses de enero a junio fue de 7.905 viajeros y en el 2013 en este mismo periodo fue de 6.262, número que sobrepasa el total general de habitaciones en Nariño que es de 3.859.

⁶⁸MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Registro Nacional de Turismo (RNT) 2013

GRAFICO 7. Viajeros que reportan a Nariño como su principal destino en Colombia



FUENTE: Migración Colombia. 2013

Se mira en el grafico 7, que el número de viajeros extranjeros que visitaron Nariño en los últimos años ha tenido muchas variaciones., en el año 2009 tuvo un gran número de visitantes con 20.755 pero este número no fue constante para los siguientes años, se mira una disminución de casi la mitad de visitantes ya que en el 2010 llegaron a Nariño solamente 10.217 visitantes esto puede de alguna manera asociarse al crisis económica que se estaba viviendo en la época pero también cabe destacar que en el año 2012 se mostró nuevamente un importante crecimiento de visitantes que tienen como destino Nariño ya que aumentó un 45.7% con un total de 16.046 visitantes respecto a los dos años anteriores. un dato importante es que en el 2013 entre el periodo comprendido entre enero junio del año 2013 fueron 6.262 extranjeros que vieron a Nariño como su principal destino de llegada en Colombia siendo en el mes de enero por estar en época de carnaval donde se miró el mayor número de arribos de extranjeros al departamento.

Llegada de pasajeros extranjeros según meses de visita al departamento

Este es un indicador que ayuda a ver cómo y en qué meses es más atractivo viajar al departamento con lo que sería bueno tener como referencia a futuro para lograr incorporar políticas de oferta que ayuden a hacer aún más equitativa la entrada de turistas para que no se centre únicamente la demanda en unos periodos de tiempo determinados si no que sea a lo largo de todo el año para que así exista una mayor rentabilidad tanto económica como social del turismo para la región.

GRAFICO 8. Llegada de pasajeros aéreos nacionales



FUENTE: Aerocivil. 2013

GRAFICO 9. Visitantes parques naturales



FUENTE: Unidad administrativa especial del sistema de parques nacionales. 2012

En el Gráficos 9, en los periodos que más arribos se presentaron últimamente al departamento fue en el periodo del mes de enero con un arribo para el año de 2010 de 38.357 visitantes que arribaron por transporte aéreo y en el 2011 hubo un incremento en las llegadas de pasajeros con un 42.816 arribos aéreos al departamento, además de esto como se esperaba en el periodo del mes de enero es en el que se frecuenta más el departamento de Nariño esto es sin duda a causa de las festividades y carnaval de negros y blancos que se realiza cada año en el departamento principalmente en la ciudad de Pasto . En cuanto a la visita de parques naturales en Nariño el periodo en el que más son visitados los parques de la zona es en el periodo entre enero y mayo en este periodo en el año de 2011 se tuvo un total de visitas de 16.213 en contraste con los 5.181 visitantes que arribaron en el año de 2010 de esta manera miramos que se ha incrementado al arribo de los visitantes a Nariño esto se puede explicar un poco por los esfuerzos que se han hecho con el fin de promocionar la oferta turística del departamento.

Producto interno bruto

En seguida miramos el comportamiento de uno de los indicadores más representativos en las economías de cada región como es el PIB esto con el fin de vislumbrar la importancia que tiene el turismo para la región y que ha tenido en los últimos años. Para el 2011 el Producto Interno Bruto (PIB) del departamento ascendió a \$9.176 miles de millones al compararlo con el dato observado del año inmediatamente anterior. Este representó un incremento de 4,7%, cifra superior en 3,3 a la de 2010⁶⁹ en 2011, el PIB nacional también ascendió y se ubicó en \$621.614 miles de millones. Lo anterior significó un crecimiento de 6,6%, es decir 2,7 en relación al 2010. El PIB nacional se ubicó por encima del departamental en 1,9 durante el 2001-2011, el PIB de Nariño se caracterizó por registrar crecimientos mayores al evidenciado por el PIB nacional; especialmente entre 2001 y 2006, excepto en 2005. Posteriormente, entre 2007 y 2011 se ubicó en niveles inferiores⁷⁰ en consecuencia el PIB de Nariño creció 4,5% en promedio, mientras el PIB nacional lo hizo en 4,3% en promedio.

Crecimiento de producto por grandes ramas de actividad 2007-2011

Para continuar con el análisis ahora miramos el comportamiento del PIB de acuerdo a las ramas de la actividad económica en Nariño, este muestra un comportamiento creciente en el periodo del año 2011 ya que siete de las nueve ramas de actividad económica del departamento crecieron y a su vez cuatro lo hicieron por encima del PIB total. Las actividades de agricultura (7,6%), establecimientos financieros (6,9%), comercio (6,6%), industria (5,3%), transporte (4,6%), actividades de servicio (4,2%) electricidad, gas y agua (1,2%) fueron los más dinámicos de la economía durante 2011. Mientras, las actividades de explotación de minas y canteras y el sector de la construcción registraron desaceleración en la actividad económica.

⁶⁹ DANE, proyecciones de crecimiento del PIB. (ver en línea) <http://www.dane.gov.co/>. Citado Marzo 2 de 2014

⁷⁰ *Ibid.*, DANE

TABLA 27. PIB Sectorial para Nariño 2007 - 2011

GRANDES RAMAS ACTIVIDAD	2007	2008	2009	2010	2011
Producto interno bruto	3,8	1,2	1	1,4	4,7
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-5,3	-9,8	-5,7	1,6	7,6
Explotación de minas y canteras	22,6	-2,6	17,5	50	-7,6
Industria manufacturera	7,5	-10,6	-6,4	1,7	5,3
Electricidad, gas, agua	-0,7	0,7	-0,7	2,5	1,2
Construcción	0,2	8,7	5,1	0,5	-3,6
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	5,8	1,2	0,1	3,8	6,6
Transporte, almacenes y comunicaciones	12,1	4	-2,9	-0,2	4,6
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	6,9	5,9	3,4	1,8	6,9
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	5,2	6,7	5,2	-1,3	4,2
derechos e impuestos	6	-1,8	1,1	3,4	8,9

FUENTE: DANE. 2013

Durante los últimos cinco años el comportamiento promedio sectorial indicó que el de mayor crecimiento fue minería (16,1%), seguido por establecimientos financieros (5,0%), servicios (4,0%), comercio (3,5%) y transporte (3,5%), principalmente el sector que asociamos con el turismo como es el sector de comercio reparación restaurantes y hoteles se puede ver que en los últimos años tuvo un gran incremento incluso por encima del PIB nacional con un (6.6%), está entre los sectores que más creció para el año 2011 y si comparamos con otros sectores como el de industria y manufactura que solamente creció para este año a un 5.3% y que no ha mostrado una tendencia de incremento regular como si lo ha hecho el sector relacionado con el turismo que presentó una tendencia creciente en los últimos años para llegar a ser uno de los sectores más referentes en el año 2011 del PIB departamental.

Población ocupada, según ramas de actividad económica promedio 2008-2012.

En consecuencia a lo anteriormente mencionado se mira que la población ocupada pasó de 140 mil a 167 mil personas entre 2008 y 2012. Las actividades que mayor cantidad de personas han ocupado en el mercado laboral de la ciudad son: comercio, servicios y transporte esto es sin duda un reflejo de la importancia que tienen las actividades relacionadas con el turismo para el departamento y si se tiene en cuenta estas estadísticas no queda de más anotar que hay que seguir esforzándose más para que la actividad del turismo crezca en el departamento y traiga aún mayores índices de crecimiento y mejoras económicas para la región, además de esto las ramas de actividades que incrementaron el nivel de empleo en el periodo 2011 y 2012 fueron: industria manufacturera y servicios, 2 mil cada una, y comercio, transporte y construcción, mil cada una. Para el 2012, cinco de las ocho clasificaciones de ramas de actividad económicas registraron mayor oferta laboral, las otras restantes permanecieron constantes.

TABLA 28. Rama de actividad (En miles)

RAMA DE ACTIVIDAD (En miles)	2008	2009	2010	2011	2012
Total	140	144	153	161	167
Comercio, hoteles y restaurantes	48	50	54	58	59
Servicios, comunales, sociales y personales	41	40	40	43	45
Industria manufacturera	16	17	17	17	19
Actividades inmobiliarias	9	10	10	11	11
Transporte, almacenamiento, y comunicaciones	14	17	18	19	20
Construcción	7	7	7	8	9
Intermediación financiera	2	2	2	2	2
No informa	0	0	0	0	0

FUENTE: DANE - Nota: Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados a 2005 por efecto redondeo en miles.

El indicador más reciente del mercado laboral del departamento fue emitido en el periodo de septiembre y noviembre de 2013 en el que se puede observar con claridad como el sector de comercio hoteles y restaurantes es el sector que más empleo genera para el departamento con un 33.2% gráfico 10, lo que muestra el aumento de la capacidad turística que tiene Nariño en los últimos años y la importancia de esta actividad para la zona, además que si miramos la otra actividad que más representa empleo para el departamento es el sector servicios con un 30.0% de empleos para la región y esta actividad está directamente relacionada con el turismo en este sentido se debe tener en cuenta que si mejora mejoraran también muchos otros sectores de la economía nariñense. Mas sin embargo para lograr incrementar estos sectores se necesita ver la manera de fortalecer muchos otros sectores que se están quedando rezagados y que son de gran importancia, además se ligan directamente con la actividad turística como son el sector de transporte almacenamiento y comunicaciones que solo representa un 11.0% de empleos para la región.

GRAFICO 10. Mercado laboral de Nariño SEP.-NOV 2013



FUENTE: DANE, Grupo de encuestas de hogares 2013

Luego de haber realizado un análisis de los diferentes indicadores del departamento que se relacionan con la actividad turística ahora analizaremos la realidad que presenta esta actividad para los últimos años que hay información y así darnos cuenta de que tanto se ha logrado avanzar en cuanto al crecimiento de esta y que está por hacerse.

TABLA 29. Turismo en Nariño

INDICADORES DE TURISMO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO							
	2011	2012	Crec% 2011/2012	Acumulado 2012	Acumulado 2013	Crec% 13/12	Último periodo disponible
Viajeros extranjeros no residentes en Colombia	10.768	15.701	45.80%	12.88	11.707	-0.90%	Octubre
Pasajeros aéreos nacionales	142.952	142.509	-0.30%	104.707	105.629	0.90%	Septiembre
Visitantes parques nacionales naturales	24.995	34.566	38.30%	29.849	27.678	-7.30%	Octubre
Salida pasajeros terminales de transporte	4.009.220	3.869.575	-3.50%	3.057.438	3.428.983	12.20%	Septiembre
Ocupación hotelera	42.4	38.6		46.6	45.6		Agosto

Fuentes: Das-Migración Colombia; Aerocivil; Terminal de Transporte; Cotelco Nariño Pasto. 2012

Para poder analizar algunos indicadores del turismo en Nariño no se mira que existe un crecimiento en los últimos años aunque hay que aclarar que no se encuentra mucha información ya que los datos que se recogen solamente son de los últimos tres años pero aun así entre el año 2011 y 2012 existe un crecimiento favorable de un 8% con relación al año anterior, en cuanto a la ocupación hotelera, esto significa que el turismo aunque sea un poco claro si se mira la capacidad turística del departamento esta cifra es muy relevante si se compara con las políticas que se supone se están manejando en el departamento para fomentar la oferta turística y en cuanto a los arribos de los pasajeros al departamento se observa que son más los visitantes del interior del país los que llegan a Nariño estos también tuvieron un crecimiento positivo de un 0.9% de pasajeros nacionales con un arribo de 105.629 que llegaron al departamento, en el año 2013 se miró este incremento en contraste al año 2012 que solamente arribaron un total de 104.707 pasajeros nacionales. Es de suma importancia referirse a que de acuerdo a las cifras mostradas en la tabla anterior se mira que hay una deficiencia bastante grande en cuanto al arribo de visitantes extranjeros ya que entre los años 2012 y 2013 se presenta un crecimiento negativo de un -9.1% lo que debe ser preocupante para los entes gubernamentales porque solamente en el 2013 llegaron 11.707 visitantes extranjeros al departamento, esto sin duda muestra la falta de explotación bien manejada de los recursos turísticos con que se cuenta ya que no se genera las políticas adecuadas de oferta turística para que se demande el departamento con un mayor número de visitantes extranjeros, lo que hace concluir que se está acumulando más esfuerzos en ofertar el turismo nariñense únicamente a los demandantes del país y no se está mirando más hacia el extranjero que si se es consecuente con la idea de obtener una mayor y creciente industria turística en Nariño que traiga consigo más recursos y genere más solidez

económica y de negocios para el departamento lo ideal sería que se enfoque la oferta turística hacia el extranjero intentando así que el departamento sea más demandado por este tipo de turistas.

De lo anterior se deduce que el desarrollo de las políticas de turismo que se plantean en el departamento, con respecto al municipio de Buesaco se cumplen las políticas de ecoturismo, turismo social y política de mercadeo; pero cabe aclarar que esto es posible por iniciativa propia del municipio y con la ayuda de la empresa privada; ya que a nivel gubernamental el municipio no percibe recursos para el desarrollo de la actividad turística, en otras palabras, el desarrollo turístico que tiene el municipio de Buesaco se da por esfuerzos mancomunados de las personas de la región y el esfuerzo de un gran promotor del turismo, como lo es COMFAMILIAR DE NARIÑO, que se convierte en el motor de turismo en Buesaco a través del ya renombrado Parque Cañón del Juanambú, del cual, esta empresa es pionera en el desarrollo del macro proyecto, aunque se cuenta con recursos del estado para este parque, se debe tener en cuenta que estos recursos fueron conseguidos directamente con el Vice ministerio de Turismo sin la intervención de la administración departamental.

4.2 Situación actual y potencial del turismo en el municipio de Buesaco

4.2.1 Producto Turístico.

Se debe entender por producto turístico al conjunto de bienes y servicios que forman parte de la oferta turística. El turista los compra para resolver sus necesidades, en consecuencia a la acepción tradicional de concebirlo desde la oferta, se le agrega que para el consumidor es aquel que le permite pasear, visitar los atractivos, hacer deporte y divertirse, en conclusión es la unión sinergia de la comunidad y el estado para ofrecer bienes y servicios a disposición del demandante que generen un beneficio para quien oferta el producto.

En capítulos posteriores veremos el resultado de una serie de manejo que dicta el ministerio para ofertar el producto turístico.

Cliente

Este estudio de mercado se lo realiza con el fin de conocer cuál es el impacto que tiene la población pastusa sobre el municipio de Buesaco, además de la recolección de información que se realizó por parte de los investigadores se ahondo con LA GRAN ENCUESTA DE GASTO EN TURISMO INTERNO EGIT 2012 -2013 realizada por el DANE a las 13 principales ciudades de Colombia, entre ellas Pasto. Con lo cual se pretendió comparar resultados y mejorar la calidad de los mismos. Como se explicó en la metodología para la realización de encuesta se encuestó casa por casa por lo que se hace una metodología comparable a la del DANE que es por hogares.

Datos generales

Según la EGIT, Pasto tiene uno de los principales mercados emisores de Colombia, en los primeros lugar esta: Bogotá, Manizales, Cali y luego de estos esta Pasto con 15%, para los años 2012 y 2013; es decir, que pasto tiene en total de 428.890⁷¹ habitantes en 2013, de los cuales viajaron durante el último año 64.334 por cualquier motivo y a cualquier lugar del mundo.

GRAFICO 11. Salida de viajero de la ciudad de Pasto



FUENTE: DANE – EGIT 2012-2013.

De este total de pastuso que salen de viaje, El 10.7% lo hace internacionalmente (6.884 personas) y 89.3% lo hacen por Colombia (57.450 personas)

GRAFICO 12. Destino turístico nacional o internacional



FUENTE: DANE – EGIT 2012-2013.

⁷¹ DANE, Gran Encuesta De Gasto En Turismo 2012 - 2013. (ver en línea) <http://www.dane.gov.co/>. Citado Marzo 4 de 2013

Dentro de los turistas nacionales, el 65.6% lo hacen dentro del departamento, es decir, 37.688 pastusos, mientras 19.762 lo hacen por fuera de este siendo el 34.4%.

4.2.2 Situación Actual Del Turismo De Buesaco.

Para este estudio se especificó como objeto de mercado a personas mayores de 25 años, ya que son la población que en realidad pagan los servicios turísticos; los menores se los relaciona como acompañantes del grupo objetivo y sus compras de cualquier bien o servicio salen del capital de los más grandes en edad. Sin embargo, no se deja de lado esta población.

Para los menores de 25 años se planteó un manejo diferente, se realizó una prueba matriz a 80 personas entre los rango de edad de los 14 a 25 años; este estudio se realizó en el Colegio Comfamiliar de Nariño siglo XXI para los grados 10 y 11 y para los primeros semestres de educación de pregrado de economía y mercadeo de la Universidad de Nariño (medio virtual).

En un conversatorio con el psicólogo de la institución y con algunos profesores, los estudiantes menores de 14 no salen sin compañía de sus padres o acudientes, es decir, que ellos están presentes como acompañantes, en la encuesta de mayores de 25 años. Entre los 14 y 15 años comienza a tener salidas sin compañía de un mayor de 25 años, por lo cual se encuestó a estos 2 grados. En cuanto a los estudiantes de primer semestre hay desviación de edad entre los 16 y 25 años.

Se realizó 80 encuestas divididas: 15 en el grado 10, 15 en el grado 11 (ya que en este grupo se encuentra solamente las edades entre 14 y 16 años en promedio) y 25 para cada uno de los primeros semestres.

Ya dentro del grupo de 25 años tan solo el 16.3% viaja solo, mientras que el 83.8% viaja como acompañante de alguien mayor de 25 años. De los que viajan, sin ser acompañantes de una persona de 25 años, gastan en promedio \$49.510 pesos y tan solo pernotan una sola noche como máximo. De este mismo grupo tan solo el 37% conoce el municipio de Buesaco. Es decir, que es mínima la demanda turística de este grupo y los que si viajan y conocen el municipio lo hacen en compañía del anterior grupo (mayores de 25).

En primer lugar se necesitaba conocer el porcentaje de población que conoce el municipio de Buesaco, los resultados arrojaron que del total de la población que alguna vez lo visito fue de 45.5%, el restante nunca ha tenido la oportunidad de viajar al municipio. Grafico No 13. ¿CONOCE EL MUNICIPIO DE BUESACO? Con lo que es posible conocer que el potencial turístico de Buesaco todavía no se explotado ni siquiera en la mitad, sin embargo también se conoce que si tiene un importante impacto en las salidas turísticas de los pastusos.

GRAFICO 13. ¿Conoce el municipio de Buesaco?



FUENTE: Esta investigación. 2014

De este mismo estudio, el rango de edad de las personas que han viajado en mayor medida es de 25 a 30 años con el 39.56%, 31 a 40 años el 28.57%, 41 a 52 años el 15.38%, 53 a 60 años 10.99% y más de 60 el 5.49%.

GRAFICO 14. Rango de edad que visita Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014

Con respecto al género, el que más visitan al municipio son las mujeres con el 52.75% y el restante los varones.

De acuerdo con las ocupaciones, los que más viajan a Buesaco son las personas que tiene un trabajo remunerado seguido por los trabajadores independientes, lo estudiantes, los pensionados y las amas de casa.

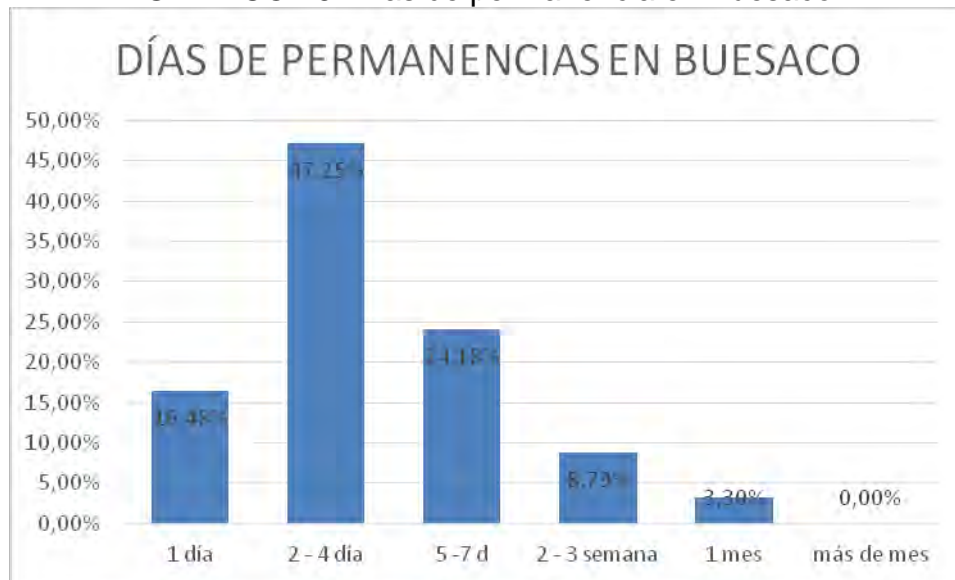
GRAFICO 15. Ocupación de los que conocen Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014

De las personas que han viajado alguna vez lo han hecho en su mayoría de 2 a 4 días, seguido por 5 a 7 días, 1 día, y 1 mes. En promedio cada visitante se queda en Buesaco 4.5 días en el municipio.

GRAFICO 16. Días de permanencia en Buesaco



FUENTE: ESTA INVESTIGACIÓN. 2014

De acuerdo a los datos recolectado en las encuesta y en conjunto con el DANE, es posible decir respecto a Buesaco que las personas viajan con una frecuencia promedio cada 4 meses. Durante el último año viaje desde la ciudad de San Juan de Pasto 26.140 personas. En promedio por mes se registran 2178.3 personas y por día 72.6 turistas. En ninguna entidad municipal, departamental o nacional

privada o estatal se lleva una estadística de llegada de turistas distinguida por meses, es por esta razón que se espera que se comporte de la misma manera del orden departamental, esta se la sacó por medio de la ocupación hotelera por tal motivo, se esperaría que la llegada se comporte como en el siguiente cuadro

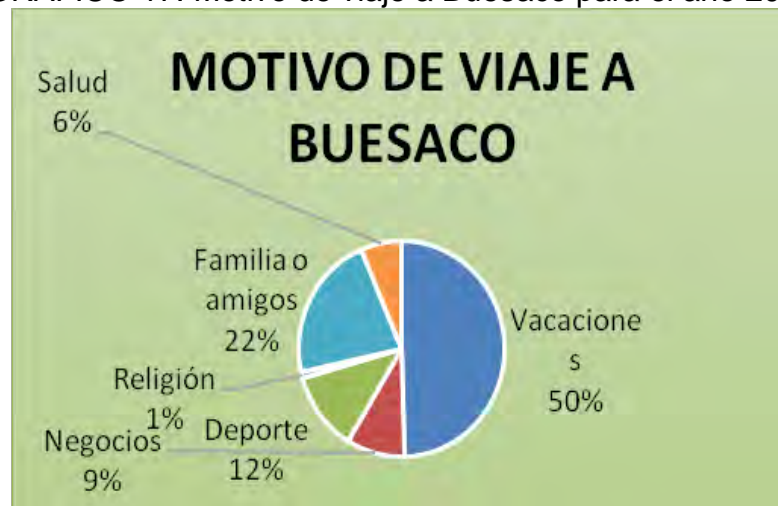
TABLA 30. Llegada de turista por meses a Buesaco en el 2013

MES	PARTICIPACIÓN	TOTAL
enero	8.8%	2288
febrero	6.7%	1757
marzo	8.1%	2116
abril	6.9%	1814
mayo	8.7%	2283
junio	8.9%	2317
julio	8.9%	2317
agosto	8.4%	2183
septiembre	8.4%	2183
octubre	8.8%	2288
noviembre	8.6%	2250
diciembre	9.0%	2345
TOTAL	100.0%	26140

FUENTE: Esta investigación y Cotelco. 2014

Los motivos de viaje a Buesaco en primer lugar son por motivos de ocio y vacaciones con el 50%, seguido por visitas a familiares o amigos el 22%, por deporte como es fútbol, bicicleta, deporte extremos, etc. el 12%, por negocios o trabajo el 9%, por motivos de salud 6% y por religión o visitas religiosas el 1%.

GRAFICO 17. Motivo de viaje a Buesaco para el año 2013



FUENTE esta investigación. 2014

Las personas que viajan hacia Buesaco durante el 2013 lo hicieron en su gran mayoría con su familia (47.66%), grupos por lo menos de tres personas, seguido por amigos (31.78%), grupo de 2 o más personas, en pareja (14.02%), esposa (o)

o novia (o), solo (5.61%) y grupo organizado (0.93%), es decir grupos que organizan las agencias de viajes.

GRAFICO 18. Compañía de los viajeros en el 2013



FUENTE: Esta investigación. 2014

La forma en cómo se llega al municipio de Buesaco desde la ciudad de San Juan de Pasto es en primer lugar los automóviles particulares con el 53.26%, lo siguen los transportadores públicos oficiales que tienen rodamiento y una ruta fija desde la ciudad de Pasto con el 40.22% y en menor medida están los buses que son contratados por personas en una agencia de viajes y en último lugar y sin ser menos importante esta la bicicleta con el 2.17%

GRAFICO 19. Forma de llegada al municipio de Buesaco, en el año 2013

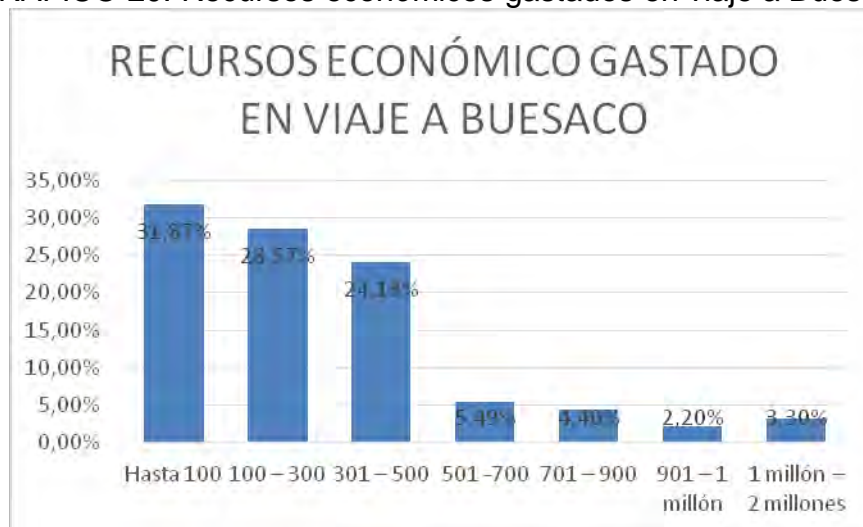


FUENTE: Esta investigación. 2014

Los gastos turísticos en el municipio de Buesaco fueron: el 31.87% de los visitantes gastó hasta máximo \$100.000 pesos, de \$100.000 a \$300.000 mil pesos

el 28.57%, de \$301.000 a \$500.000 pesos el 24.18% de \$501.000 a \$700.000 pesos el 5.49%, \$ 701.000 a \$900.000 pesos el 4.40%, de \$901.000 a \$1.000.000 pesos el 2.2% y de 1 millón de a 2 millones de pesos el 3.3%. En promedio gasta por viaje \$280.220 pesos; si tomamos el número promedio de días que son 5.6 días, se gasta el turista en promedio \$61.594 pesos por día.

GRAFICO 20. Recursos económicos gastados en viaje a Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014

GRAFICO 21. Caracterización de servicios de Buesaco

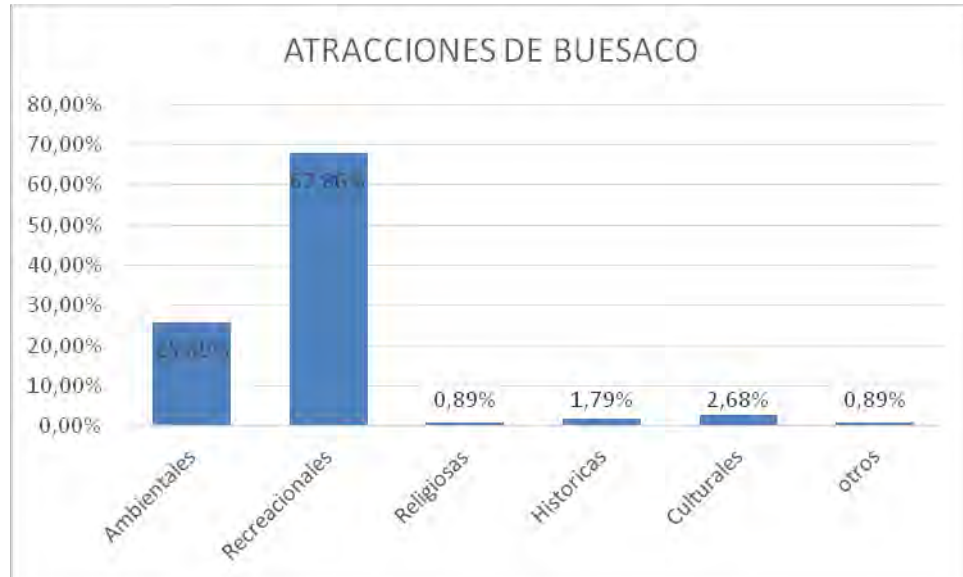


FUENTE: Esta investigación. 2014

En la actualidad y de acuerdo con el estudio de campo que se realizó, Buesaco es preferido por precio en el 41.38%, este también es reflejado por el cuadro de recursos económicos gastados en viaje a Buesaco, seguido de este los encuestados respondieron que la comodidad tanto por la facilidad de llegada como en los servicios prestados con el 37.76% y no menos importante con el 25% la buena atención de las personas que prestan el servicio, las demás cualidades que tiene el municipio están representadas en otros que ocupa el 0.86%. Es decir, que

la gente que conoce el municipio de Buesaco lo distinguen por el buen precio, la comodidad y por la buena atención

GRAFICO 22. Atracciones de Buesaco

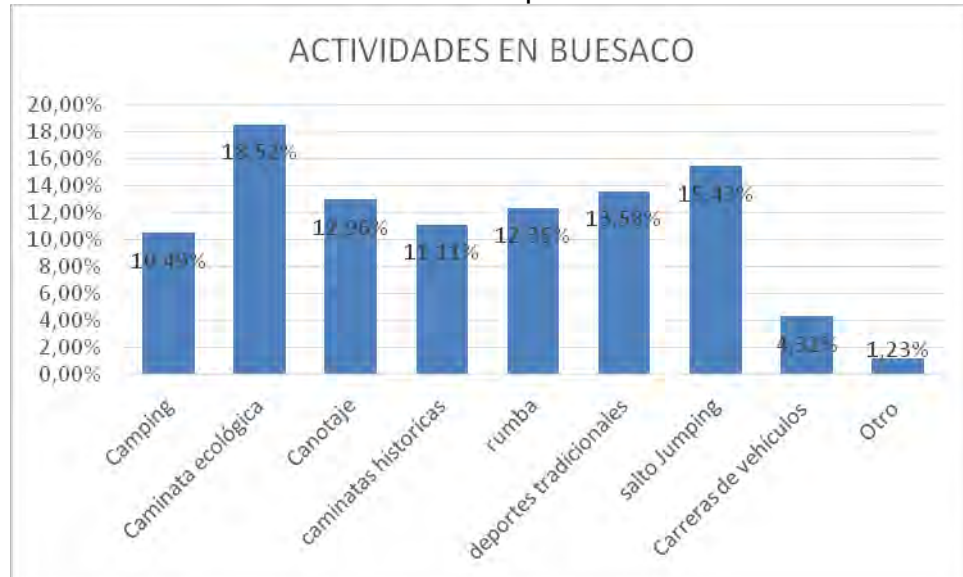


FUENTE: Esta investigación. 2014

La encuesta refleja que las atracciones principales que se encuentran y que prefiere el turista en cada viaje a Buesaco son en el 67.86% las recreacionales (parques acuáticos, competencias deportivas, juegos infantiles, pesca deportiva, entre otras.), la siguen con las atracciones ambientales con el 25.89% (visitas a reservas naturales, nacimientos de agua y visitas a ríos), las atracciones culturales con 2.88%, (entre las que están las festividades y la idiosincrasia de Buesaco), las atracciones históricas (museos, casa de la cultura, etc.), atracciones religiosas con el 1.79% y otras el 0.89%.

A las personas encuestadas se les preguntó ¿Qué clase de actividades encontró o realizó en el municipio de Buesaco? Y los resultados fueron: en primer lugar las caminatas ecológicas, seguido por el salto bungee, deportes tradicionales, canotaje, actividades relacionadas con el esparcimiento como la rumba, caminatas históricas o lo que se conoce como visitas a museos, camping, carrera de vehículos (motos y carros) y otros.

GRAFICO 23. Actividades que realiza en Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014

El municipio de Buesaco es conocido por los múltiples campeonatos de fútbol en los cuales llegan deportistas de todas partes del departamento y hoy en día también se está haciendo conocer por la práctica de deportes extremos. Se ha tomado para esta encuesta como deportes tradicionales a los más practicados en la región que son fútbol, voleibol y básquet y deportes extremos al salto bungee, canotaje y rafting, Kayak, escalada de muros naturales. A la pregunta ¿qué clases de deporte realizo o realiza en sus viajes a Buesaco? La respuesta más alta es que el municipio es conocido por la práctica de deportes extremos y de aventura con el 58.77% y los tradicionales el 41.23%.

GRAFICO 24. Deporte practicado por los turistas en Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014

También es necesario conocer cuál es la percepción que se tiene sobre los servicios prestados en el municipio para ello se preguntó ¿Cómo califica los servicios prestados por Buesaco? Teniendo una escala como 1 la más baja y 5 la más alta siendo 3 el promedio, se obtuvo que los servicios de acceso a internet, televisión, vida nocturna (rumba y bebida alcohólicas), acueducto y campañas de conservación y promoción de los recursos culturales se encuentran debajo de la media y es aquí donde se necesita mejorar; mientras que los servicios mejor prestados son los servicios de transporte, la energía eléctrica, la seguridad, calidad de la comida, recreaciones acuáticas, calidad de la atención, agua potable, la experiencia de nuevas atracciones ambientales y culturales y campañas de conservación de los recursos naturales; estas últimas sin decir que no necesiten mejorar.

TABLA 31. Percepción de los servicios prestados por Buesaco

SERVICIO	PONDERACIÓN
Tv	2.86
Seguridad	3.59
Acceso a Internet	1.86
Calidad de la comida	3.73
Recreaciones acuáticas	3.73
Transporte	4
Calidad atención	3.7
Vida nocturna	2.25
Acueducto	2.87
energía eléctrica	4.25
agua potable	3.29
Campañas de conservación de los recursos naturales	3
experiencias ambientales y culturales	3.29
Campañas conservación y promoción de los recursos culturales	2.66

Fuente: esta investigación. 2014

Otro tema que es de importancia es la calidad de la comida, en los últimos años los habitantes de la ciudad de Pasto han adoptado la costumbre de que los almuerzos familiares de fines de semana se lo haga en las afueras de la ciudad, estando relativamente cerca Buesaco y además por la buena atención que merece el turista se vio la necesidad de conocer la clase de comida que ofrece el municipio de Buesaco, ya conocida la calificación de la calidad de la comida (3.73) y con una calidad de atención relativamente buena (3.7), los visitantes encontraron que la comida que más se encuentra es la nariñense, seguida por la local y la colombiana, las personas encuestadas no reconocieron ningún lugar de comida internacional.

GRAFICO 25. Clase de comida que se encuentra en Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014

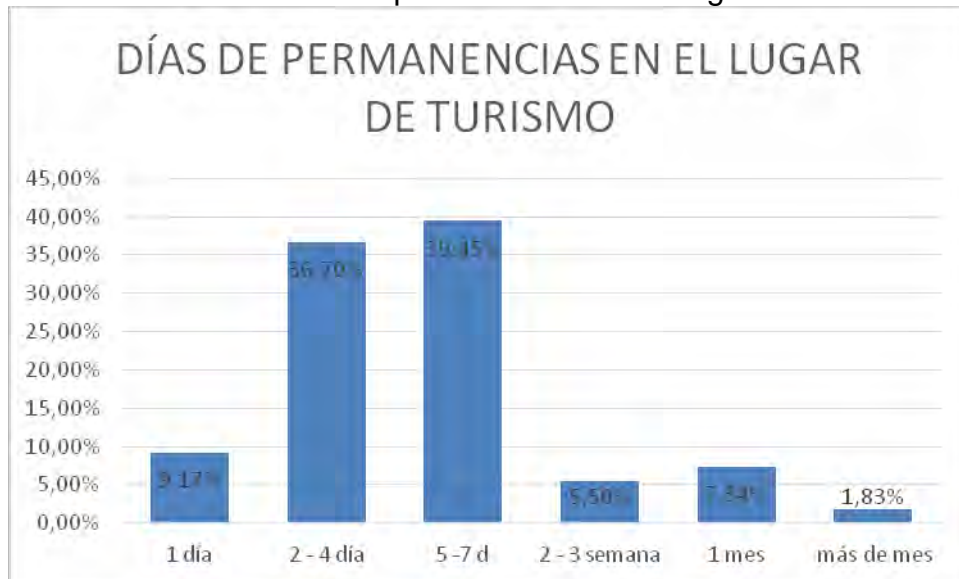
Ya conocida la visión turística que tiene Buesaco por las personas que lo han visitado por lo menos alguna vez en su vida, es necesario conocer cuáles son las expectativas y ver en qué se debe reforzar el municipio para atraer nuevos visitantes.

4.2.3 Potencial Turístico Del Municipio De Buesaco.

Para conocer esta parte de la investigación fue necesario pedir al encuestado que relacione los datos con el último viaje que realizó, así de esta manera se podrá hacer una comparación y sacar resultados en conjunto con los que si conocen el municipio que posteriormente sirven para obtener los objetivos específico cuatro y cinco

En primero lugar esta los días que permaneció en el lugar donde salió por cualquier motivo, cabe recordar que turismo son las salidas del lugar de residencia no mayores a un año sin importar cuál sea el motivo. Lo resultado arrojaron que el 9.17% sale por un día, de 2 a 4 días el 36.70%, de 5 a 7 días el 39.45%, de 2 a 3 el 5.50%, por un mes el 7.34% y por más de un mes el 1.83%, en promedio los pastusos salen 7.5 días.

GRAFICO 26. Días de permanencias en el lugar de turismo

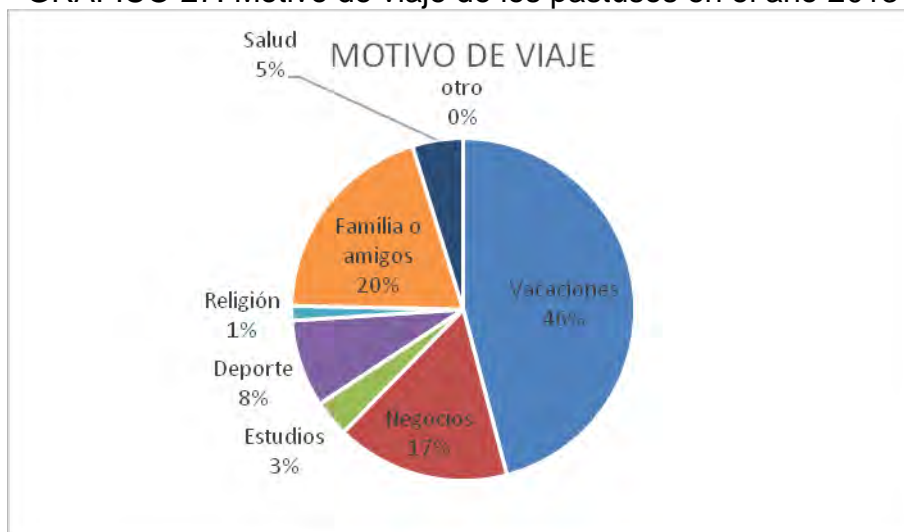


FUENTE: Esta investigación. 2014

Los que no conocen el municipio de Buesaco y viajaron durante el último año alcanza la cifra de 31.310 personas residentes en la ciudad de Pasto.

Los motivos de viaje de la población pastusa en primer lugar son por ocio y vacaciones con el 46.6%, seguido por ir a visitar a familiares o amigos el 20%, por negocios o trabajo el 17%, por deporte el 8%, por motivos de salud 5%, por educación 3% y por religión el 1%.

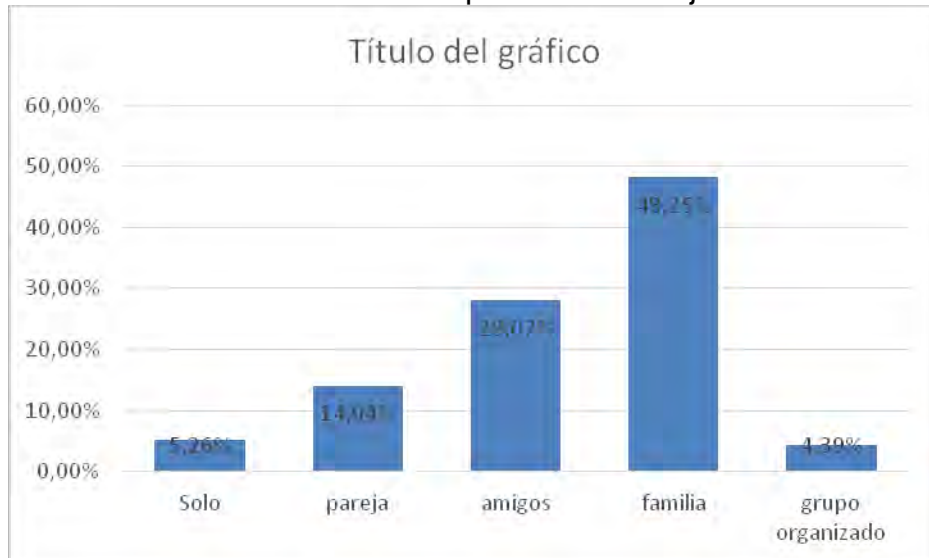
GRAFICO 27. Motivo de viaje de los pastusos en el año 2013



Fuente esta investigación. 2014

Las personas que viajaron durante el 2013 lo hicieron en su gran mayoría con su familia (48.25%), seguido por amigos (28.07%), en pareja (14.04%) esposa o novia, solo (5.26%) y grupo organizado (4.39%).

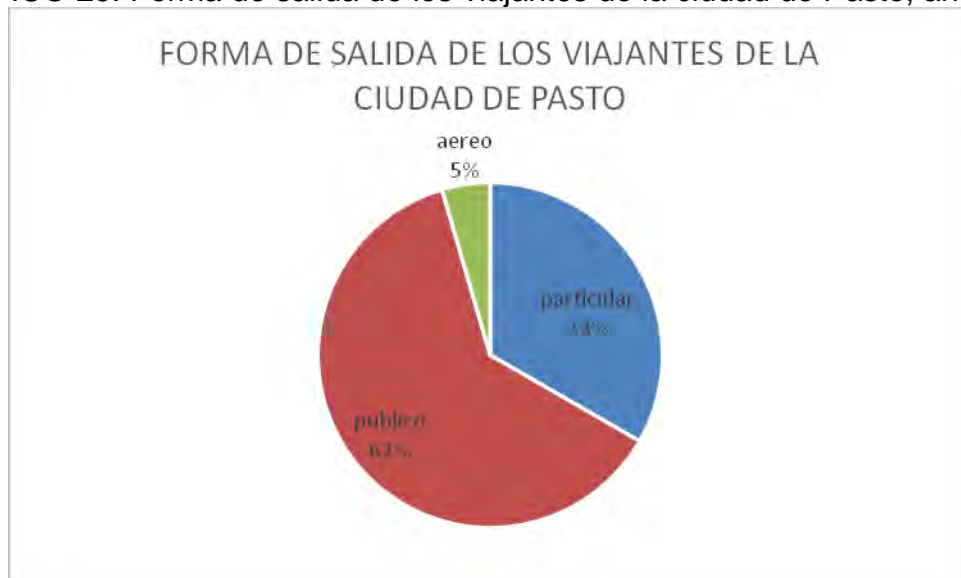
GRAFICO 28. Compañía de los viajeros



FUENTE: Esta investigación. 2014

La forma en que salen los habitantes de la ciudad de pasto es el transporte público como buses, taxi, flotas terrestres (61.8%), el transporte terrestre particular (33.7%) y aéreo (4.5%).

GRAFICO 29. Forma de salida de los viajantes de la ciudad de Pasto, año 2013



FUENTE: Esta investigación Y Dane – Egit 2012-2013.

Los gastos turísticos de los habitantes de Pasto: el 9.17% de los visitantes gastó hasta máximo \$100.000 pesos, de \$100.000 a \$300.000 mil pesos el 20.18%, de \$301.000 a \$500.000 pesos el 33.94% de \$501.000 a \$700.000 pesos el 20.18%, \$ 701.000 a \$900.000 pesos el 4.59%, de \$901.000 a \$1.000.000 pesos el 5.5%, de 1 millón a 2 millones de pesos el 5.5% y de 2 a 3 millones de pesos el 0.92%. En promedio gasta por viaje \$324.270 pesos. En promedio por viaje cada pastuso en el 2013 gasto \$500.840 pesos, diariamente gasta \$70.700 pesos.

GRAFICO 30. Recursos económico gastado en viaje de los habitantes de san juan de Pasto, 2013.



FUENTE: Esta investigación. 2014

Cuando los habitantes de Pasto salen de la ciudad prefieren una buena atención con 47.15%, comodidad 29.27% y precio 23.58%.

GRAFICO 31. Preferencia de los habitantes de la ciudad de Pasto



FUENTE: Esta investigación. 2014

Las principales atracciones que buscan los habitantes de Pasto son: en primer lugar atracciones recreacionales, seguido por las atracciones ambientales, atracciones culturales, atracciones históricas y atracciones religiosas.

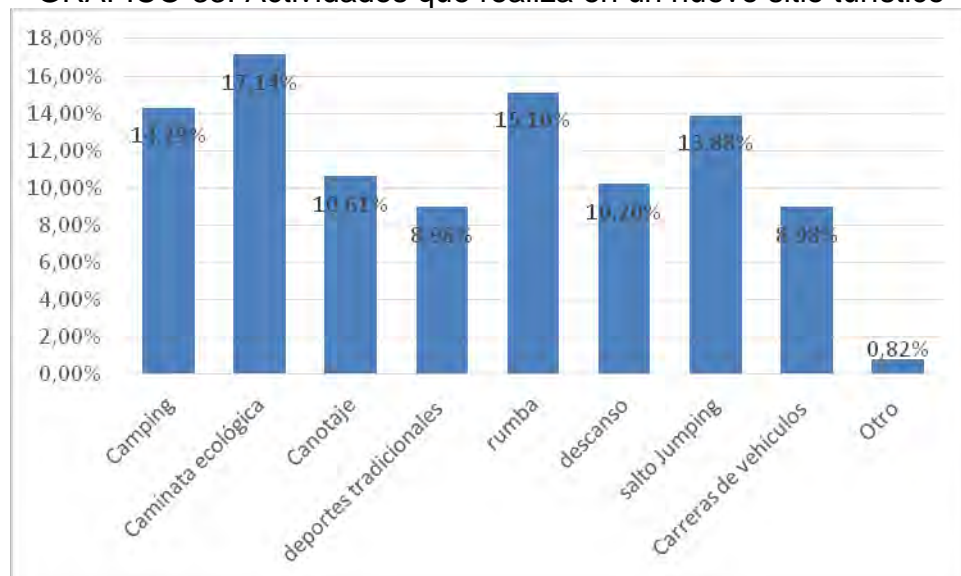
GRAFICO 32. Atracciones que buscaron en sus viajes los habitantes de san juan de Pasto, 2013



FUENTE: Esta investigación. 2014

Las actividades que buscan los habitantes de Pasto son en primer lugar caminatas ecológicas, luego actividades de esparcimiento como la rumba, seguida por actividades alrededor del camping, salto Jumping, canotaje, descanso, con igual medidad los deportes tradicionales y carrearas de vehículos y otras actividades.

GRAFICO 33. Actividades que realiza en un nuevo sitio turístico



FUENTE: Esta investigación. 2014

Los turistas buscan la práctica de deportes extremos en la mayoría de los encuestados con una diferencia de casi 10%.

GRAFICO 34. Deporte practicado por los turistas



FUENTE: Esta investigación. 2014

Se preguntó qué tan importante es la prestación de los servicios en promedio se obtuvo la siguiente tabla:

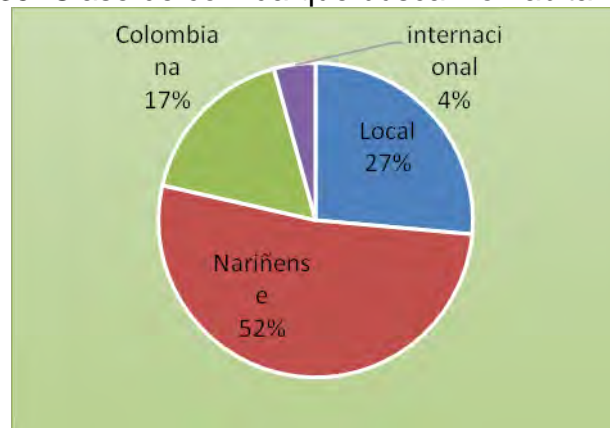
TABLA 32. Percepción de los servicios prestados por Buesaco

SERVICIO	PONDERACIÓN
Tv	3.13
Seguridad	4.82
Acceso a Internet	2.8
Calidad de la comida	4.88
Recreaciones acuáticas	3.15
Transporte	4.52
Calidad atención	4.73
Vida nocturna	2.55
Acueducto	4.02
energía eléctrica	4.83
agua potable	4.92
Campañas de conservación de los recursos naturales	4.43
experiencias ambientales y culturales	4.51
Campañas conservación y promoción de los recursos culturales	4.34

FUENTE: Esta investigación. 2014

los habitantes de la ciudad de pasto buscan en alimentación, cuando salen a hacer turismo dentro del departamento: en primer lugar la comida nariñense con el 52% seguido la comida típica del lugar donde se visita el 27%, la comida colombiana típica 17% y comida internacional el 4%.

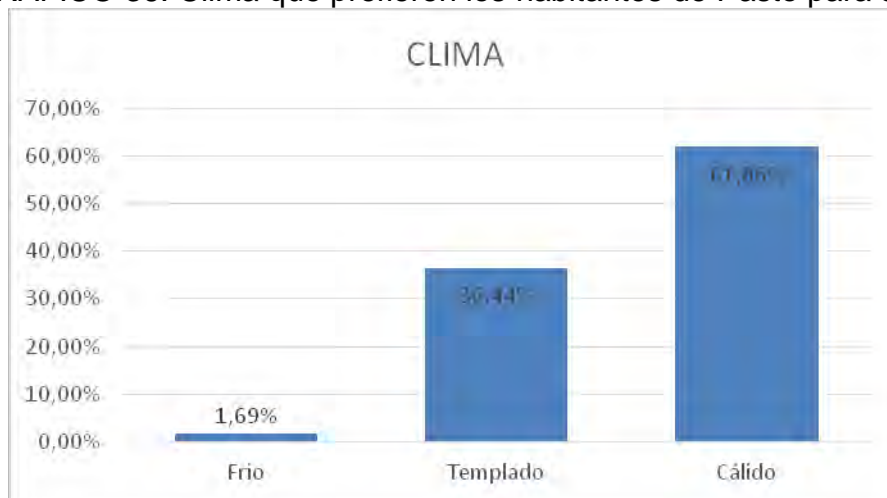
GRAFICO 35. Clase de comida que buscan lo habitantes de Pasto



FUENTE: Esta investigación. 2014

El tipo de clima que buscan los pobladores de la ciudad Pasto para hacer turismo es el cálido seguido por climas templados y por último los fríos.

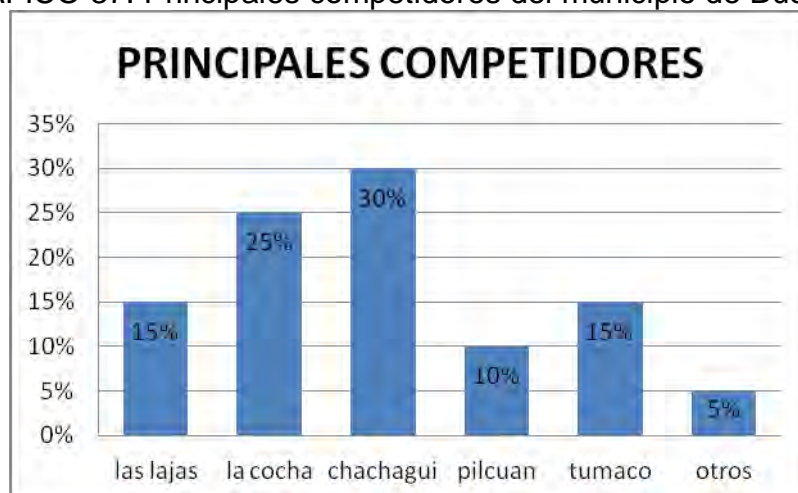
GRAFICO 36. Clima que prefieren los habitantes de Pasto para salir



FUENTE: Esta investigación. 2014

Los principales competidores son Chachagüí, La Laguna de La Cocha, Las Lajas, Tumaco y Pilcuan.

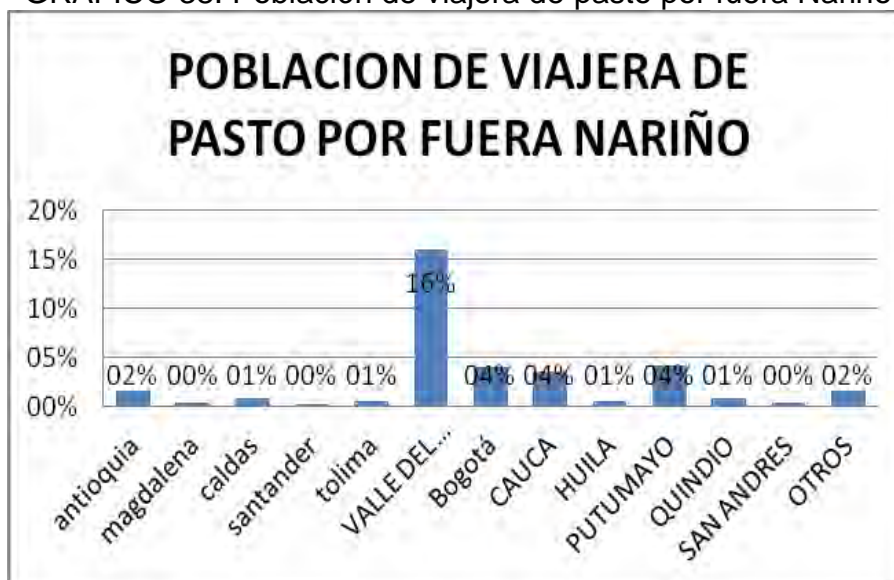
GRAFICO 37. Principales competidores del municipio de Buesaco.



FUENTE: Esta investigación. 2014

La población que viaja por fuera de Nariño lo hace de la siguiente manera:

GRAFICO 38. Población de viajera de pasto por fuera Nariño



FUENTE: FUENTE: Esta investigación Y Dane – Egit 2012-2013.

4.3 Formulación del plan de acción que potencializa el turismo en municipio de Buesaco 2014 - 2016.

Para la consecución de los objetivos específicos tres y cuatro, se vio la necesidad de acudir a metodologías dictadas por El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En la metodología ya se había explicado el uso una de ella; ahora, sumado con el estudio de mercado se hace más evidente el de esta.

Las metodologías se deben entender como herramientas orientadas a planteamientos coherentes para el desarrollo turístico de una región, el uso de estas metodologías depende del grado de desarrollo turístico que tenga el ente o sitio donde quiera realizar junto con las prioridades que posea las administraciones territoriales.

Para el desarrollo de esta investigación se ha decidido la utilización del PLAN TURÍSTICO CONVENCIONAL.

4.3.1 Plan Turístico Convencional.

Este plan se ha venido implementando genéricamente en varios departamentos con resultado que a simple vista se puede observar, es el caso del Municipio de Jerusalén (Cundinamarca), Municipio de San Rafael (Antioquia), Municipio El Carmen del Vival (Antioquia).

Esta es aplicable en aquellas regiones y localidades en las cuales el desarrollo turístico se está descubriendo como potencialidades de desarrollo.

Esta metodología tiene la siguiente estructura:

- ✓ Límites y potencialidades
 - Información general
 - inventario de atractivos turísticos⁷²
 - Evolución del mercado
 - Infraestructura
 - Planta turística
 - Superestructura
 - Necesidades de educación para el turismo
 - Uso de tecnología
- ✓ DOFA, problemas e imagen
- ✓ Objetivos
- ✓ Estrategias
- ✓ Proyectos y acciones.

Lo que se pretende con esta metodología es la creación de un paquete o producto turístico, en donde el turista de principio a fin de su estadía va a estar ocupado con los hábitos y actividades más comunes del sitio donde se plantee, este producto turístico va a estar adecuado a las condiciones geográficas y potencialidades que presente en el municipio. Donde se conduce al turista a visitar y gozar de los sitios más relevantes que posee el ente y se debe tener acciones mancomunadas entre actores privados y gubernamentales

⁷² MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, año publicación 2010

4.3.1.1 Límites Y Potencialidades.

4.3.1.1.1 Información General.

Buesaco

Fue fundada en 1618 por el capitán Cazanzola y con la ayuda de Sebastián de Belalcazar, con el fin de agrupar a la tribu de Buisacos en un solo lugar y con ello tener predominio sobre el Río Juanambú. Como hechos importantes en este municipio cabe destacar la batalla del General Antonio Nariño la cual ganó y elevó la bandera triunfal en esta región.

El municipio de Buesaco se encuentra al sector sur-occidente del país y hace parte de la región natural Andina y se ubica a 37 kilómetros al noreste de la capital nariñense; sus límites son: Al norte con San Lorenzo, Arboleda, Albán y El Tablón; por el oriente con El Tablón y el Departamento de Putumayo; por el sur con Pasto y el Departamento de Putumayo y por el occidente con Chachagüí y Pasto.

Tiene una extensión total de 620.3 kilómetros cuadrados en el cual tiene distribuidos en 7 corregimientos y 73 veredas distribuidos así:

Centro especial Buesaco: Parapetos, Higueros, Alto Higueros, Loma Franco Villita, Ijagui, Villa Guayacanes, Ortega las Cochas, Coapitas, Buesaquito, Veracruz, Pajajoy y Suma paz.

Corregimiento Santa María: Juanambu, La Curia, Versalles, Hatillo Guadalupe, Hatillo Buenos Aires, Bruselas, San Martín, La Piedra, Altamira, Naranjal, La Veranera, Palosumbo y San Vicente.

Corregimiento Santa Fe: Palacinoy, San Bosco, La Inmaculada, San Miguel, Alta Clara, La Palma, Tambillo, Risaralda, La Represa y Las Cochitas.

CORREGIMIENTO SAN IGNACIO: Medina Espejo, Bermejil, Medina Orejuela, El Salado, Alto Monserrate, Lagunetas, Granadillo de Lunas, Granadillo de Chávez, Tasajera, El Avión, La Sacha y Las Minas.

Corregimiento San Antonio: La Guasca, Bodegas, Llanos de Juanambú, La Cruz de San Antonio y El Retiro.

Corregimiento Rosal del monte: Medina Hatillo, Medina Sacanambuy, San Miguel, El Socorro y Alto San Miguel.

Corregimiento Villamoreno: Guayabal Tongosoy, Hato Tongosoy, El Cortijo, Quitopamba, La Esperanza, Llano Largo, Meneses Hurtado, México, El Palmar y San Isidro.

Se caracteriza por la riqueza y exuberante belleza de la red hídrica que se emplaza a lo largo y ancho del territorio municipal, cuyas corrientes tributan sus aguas a cuatro redes principales de drenaje que conforman las sub cuencas de los ríos Alto Juanambú, Ijagú, Buesaquito y Bajo Juanambú, lo que permite una alta variedad de ecosistemas y por lo tanto, diversidad de especies biológicas, representadas en la fauna y flora silvestre.

Este capital hídrico junto con la extraordinaria condición climática, constituye la principal fortaleza ambiental del municipio, sin embargo, la ampliación de la frontera agrícola y la extracción de madera como combustible doméstico están ocasionando la transformación de la base natural que la soporta.

El relieve es montañoso en su gran mayoría con algunas zonas planas y con pequeñas deformidades geográficas entre ellos el cerro de Bordoncillo y Monserrate, el valle de Runduyaco el cual es una reserva natural y la más importante El Cañón del Juanambú. La cabecera municipal se encuentra a 2.000 m.s.n.m.

La hidrografía buesaqueña marcada por el río Juanambú que nace en el sector de Cascabel en la cordillera central, en la cual esta regada por las sub cuenca del río Alto de Juanambú sub cuenca del río Buesaquito, sub cuenca del río Ijagú y sub cuenca del río Bajo Juanambú

El clima promedia entre los 16.7 y 20.3 grados centígrados, la cabecera municipal tiene una temperatura promedio de 18°C pero de igual manera existe pisos térmicos: el clima frío ocupa un área de 35.432 Ha. equivalente al 57.2% del área total del municipio; el clima medio presenta un área de 12.800 Ha representado el 20.6% y el clima páramo ocupa 13.800 Ha representado el 22.2%.

La población de este municipio es de 24.466 habitantes aproximadamente de los cuales se ubican 2.897 (19%) en el sector urbano y el sector rural 12.506 (81%) habitantes, es decir, que el municipio tiene una tendencia hacia la agricultura. Del total el 51.1% son hombres y el 48.8% son mujeres, Los niños, niñas y adolescentes constituyen el 52.2% de la población total del municipio. Dentro de las estadísticas departamentales la población de Buesaco solamente es 1.5% del total de Nariño. En la conformación de los hogares el 63% son familias de 4 o menos personas, sin embargo, las condiciones de vida son muy precarias ya que en una casa viven 2 o 3 hogares; los totales de personas por vivienda es de 8 a 12 personas. La tasa de nacimientos es de 13.08 niños por cada 1000 mujeres en edad fértil (dentro del parámetro nacional).

Buesaco es eminentemente agrícola, su dinámica se fundamenta en dos sectores, el primario correspondiente a la actividad agropecuaria y el sector terciario vinculado al comercio y las artesanías. En donde el sector agropecuario tiene un sector agrario tradicional con pequeñas propiedades que deterioran al medio

ambiente y que no generan un valor agregado en la producción para crear ganancias y regida por la oferta y la demanda del producto, por tanto se constituye una economía de subsistencia; dentro de los cultivos permanentes y semipermanentes se destaca el café, la asociación de café-plátano y cultivos transitorios como cítricos, plátano, frijol y maíz. La actividad pecuaria se centra en la cría de bovinos, equinos, cerdos y especies menores como aves y cuyes, en el caso del café el precio está sujeto a los precios del mercado de cambio, en los últimos meses el precio del dólar se ha comportado de manera favorable pero los años anteriores el precio del café estuvo por los suelos y sin ningún seguro por parte del gobierno, lo que si se lo mira en un largo plazo el mercado depende de la irregularidad de los precios internacionales, abonado de la gran oferta de Brasil y Vietnam, mientras que los cultivos transitorios tienen un comportamiento irregular con tendencia a la baja. En general los problemas de la producción de la actividad agrícola del municipio se ve obstaculizada por el escaso margen de utilidad que obtiene el campesino, la falta de asistencia técnica permanente, baja tecnología, externalidades coyunturales como el clima, rendimientos de la producción por debajo de los promedios regionales lo que produce depreciación de la producción con efectos de desempleo de la mano de obra rural, por ende la caída del ingreso percapita del municipio que a la final son estímulos de cultivos ilícitos.

En la parte social, el municipio en su índice de necesidades básicas insatisfechas según el DANE registra un 58.64% con una disminución de 6.16% mejorando servicios de agua potable, energía eléctrica y alcantarillado. De acuerdo a datos del DANE el 70% de la población económicamente activa esta empleada en actividades en el sector agrícola o ganadero, luego le sigue comercio y el servicio de educación (sector urbano).

En la actual administración, manejada por el alcalde Wilson Pabón López y en su plan de desarrollo “BUESACO SIN BARRERAS”. Plantea una visión: que el municipio se consolide en un centro agropecuario, eco turístico y cultural competitivo, creando oportunidades de empleo que mejoren las condiciones socioeconómicas, políticas, culturales y de calidad de vida de sus habitantes. Que como misión tiene el mejoramiento de la calidad de vida, recuperar la identidad buesaqueña, fortalecer el sentido de pertenencia, respetando los derechos humanos la generación de cultura y el reconocimiento y aceptación de las diferencias.

Dentro del plan de desarrollo cuenta tres dimensiones y dentro de estos siete componentes básicos que permiten la intervención articulada de la administración

a. Dimensión poblacional:

1. Componente vivamos bien...vivamos seguros: como problema general está la pérdida de valores, la intolerancia, la indiferencia y el creciente deterioro

del tejido social que al final deriva en violencia, se tiene como objetivo concientizar y erradicar los problemas que anteriormente se mencionó y además mitigar la inseguridad, mejorara los problemas de justicia; para ello se realizó el programa: más seguridad y más conveniencia y dentro de este esta los proyectos Buesaco seguro y justo y proyecto Buesaco a lo bien.

2. Componente todo y todas iguales: se busca construir escenarios para eliminar exclusión e inequidad social; dentro de este están los programas educación sin barreras, salud sin barreras, población en condición de discapacidad, seguridad alimentaria, mujer y equidad de género y población víctima del conflicto.
3. Componente más cultura más deporte más recreación: Promover y fomentar los procesos de formación, producción y consumo de bienes y servicios culturales, deportivos y recreativos para fortalecer del buen aprovechamiento del tiempo libre, la cohesión social y la sana convivencia. Dentro de este están los programas: patrimonio cultural, formación artística y cultural, deporte sin barreras y cultura ciudadana.
4. Componente Buesaco en la subregión productivo y competitivo: Identificar las aptitudes, fortalezas y potencialidades productivas de cada región del municipio y la competitividad de cada una de ellas, a partir de allí, impulsar el desarrollo y consolidación de unidades productivas integrales. Apoyo e impulso a la formación, desarrollo y consolidación de eco turismo y deporte extremo, de manera que sea posible dinamizar el Parque “Cañón del Juanambú”, proyecto que integra la productividad, la riqueza natural y nuevas oportunidades de trabajo e ingreso para todos. Este punto es de importancia para el desarrollo del trabajo de tesis. Dentro de este componente están los programas desarrollo sin barreras el cual hace énfasis al proyecto ecoturismo sin barreras. El proyecto busca fomentar la cadena del eco turismo en la región, concretamente el proyecto parque “cañón del Juanambú” priorizado como proyecto estratégico del departamento, aprovechando la riqueza del paisaje y los recursos naturales. Al igual que, la generación de parques ambientales en torno a lugares con gran valor histórico y exuberante riqueza natural, propios para el desarrollo del ecoturismo y el disfrute sostenido del medio ambiente, que contribuyen a potenciar las características del territorio para mejorar el acceso de la población a las oportunidades del desarrollo económico, social y cultural.

b. Dimensión territorial

5. Componente Buesaco ordenado, equitativo e incluyente: “Buesaco sin Barreras”, exige apostarle a un municipio con equidad territorial y equilibrio funcional, con un modelo que atienda y mitigue los problemas de movilidad

y accesibilidad, con el que se fortalezca la conectividad con el entorno regional y nacional como soporte fundamental de la productividad, interrelación y competitividad. Dentro están los proyectos programa espacio público, movilidad sin barreras, ordenamiento territorial, vivienda social y equidad e inclusión territorial.

6. Componente Buesaco ambientalmente sostenible y previsorio: Fomentar la protección y conservación de los ecosistemas estratégicos para el municipio e incrementar la conservación y la restauración de las zonas verdes urbanas y rurales, con el fin de garantizar el patrimonio ecológico y la sostenibilidad de los bienes y servicios ambientales. Los programas que tiene este componente son: programa cultura ambiental, agua potable y saneamiento básico, manejo integral del riesgo

c. Dimensión administrativa

7. Componente buen gobierno, participativo y transparente: Fortalecer la gestión pública garantizando el ejercicio de la participación ciudadana, el desarrollo de la democracia participativa, y la recuperación de la confianza y credibilidad en lo público. Sus programas son: BUEN GOBIERNO, BUESACO DIVERSO Y PARTICIPANTE.

6.3.1.1.2 Inventario Turístico.

El objetivo de un inventario turístico es la evaluación cuantitativa y cualitativa de los atractivos y recursos que dispone Buesaco, con el fin de seleccionar a aquellos que sean más convenientes para ofrecer en el paquete turístico; además, para establecer las acciones de mejoramiento y de esta manera hacer posible el diseño del paquete turístico.

Siguiendo las recomendaciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se decidió implementar la guía para la elaboración de inventario de atractivos turísticos.

Para la realización del inventario se necesitó la calificación de los diferentes atractivos; para lo cual se vio la necesidad de contar con un ingeniero civil, un ingeniero agrónomo, un arquitecto y una persona que reconozca los diferentes sitios a la cual se la utilizó como guía e historiador turístico, además de los investigadores de este proyecto.

Es necesario antes de partir a la valoración del inventario del municipio de Buesaco, tener en cuenta varios aspectos importantes, entre ellos:

- a. Clasificación de los bienes y atractivos. (ver anexo No 5)
- b. Componentes del inventario. (ver anexo No 6)

c. valoración de los atractivos turísticos. (ver anexo No 7)

Para la realización del inventario turístico, una vez conocida su metodología, se procede a tomar los sitios del producto turístico, los demás se lo observará en el anexo con el fin de hacer conocer diferentes alternativas que se presenta en el municipio para el desarrollo de la actividad turística.

Inventario de atracciones turísticas del municipio de Buesaco.

PATRIMONIO CULTURAL

Patrimonio Cultural Material Inmueble – Grupo Arquitectónico

ARQUITECTURA RELIGIOSA

Templos

Capilla Manuel Ignacio Santa Cruz Loydi

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Capilla Manuel Ignacio Santa Cruz Loydi
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	San Ignacio
VEREDA:	
DISTANCIA A PASTO:	50 Km
DISTANCIA A LA CABECERA MUNICIPAL:	15 Km
CÓDIGO ASIGNADO:	1.1.3.1.7

IMAGEN 6. Panorámica capilla Manuel Ignacio Santa Cruz Loydi



FUENTE Esta investigación. 2014.

Descripción

Es un conjunto de edificios parroquiales compuesto por capilla, casa cural y convento de la propiedad de la compañía de Jesús, ubicado en medio de un pequeño poblado; ubicado en el corregimiento de San Ignacio.

En este recinto se encuentra la Tumba del Cura Manuel Santacruz Loyde, quien lidero las guerrillas en España, en apoyo a su majestad el Rey Don Carlos V, de la dinastía de los Borbón; causa por la que fue perseguido y desterrado de su patria, recibiendo albergue en las montañas del norte de Nariño, por parte de la comunidad de los jesuitas.

El estilo de la capilla es austero, y es construido por el mismo cura Manuel Ignacio Santa Cruz, la historia cuenta que él fue un santo en tierras colombianas mientras que en el país de origen fue considerado un guerrillero; la historia cuenta que abandono el sacerdocio para vincularse a la revolución de 1868 que derrocó a Isabel II realizó propaganda activa en favor del carlismo. Detenido en octubre de 1870, consiguió huir a Francia el 6 de octubre.

El conjunto parroquial fue objeto de visitas de la realeza, cuando uno de los descendientes de la dinastía de los Borbón, su alteza Don Enrique, acompañado

de una interesante comitiva, llegaron para dar tributo a los restos mortales del cura guerrillero, los cuales reposan en la capilla.

Puntaje de valoración

PATRIMONIO MATERIA		
TEMA	CONCEPTO	PUNTAJE
Calidad	Estado de Conservación	21
	Constitución del Bien	21
	Representatividad	28
	Total	70
Significado	Local	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	19
	Total	19
PUNTAJE TOTAL		89

PATRIMONIO CULTURAL

Patrimonio Cultural Material Inmueble – Grupo Arquitectónico
Escenarios para la recreación y el deporte - Centros de Recreación

AGUA VIVA

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Agua Viva
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	Cabecera municipal
VEREDA:	Veracruz
DISTANCIA A PASTO:	35 Km
DISTANCIA A LA CABECERA MUNICIPAL:	2 Km
CÓDIGO ASIGNADO:	1.1.4.5.2

IMAGEN 7. Panorámica centro recreacional Agua Viva



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Descripción

Lugares de esparcimiento en el municipio de Buesaco, sitios de baño y descanso, complementan la oferta hotelera; presta servicios de piscinas, cabañas para grupos ya sean familiares o de una empresa o institución en particular.

Ubicada en la vereda Veracruz, a 250 metros de la vía principal, es propiedad de la Fundación PROINCO, cuenta con dos hermosas piscinas además de unas zonas verdes, canchas de futbol, basquetbol y ping pon; también presta el servicio 4 cabañas de descanso. Atención de eventos como seminarios, capacitaciones o simplemente para recreación y descanso.

Puntaje de valoración

PATRIMONIO MATERIA		
TEMA	CONCEPTO	PUNTAJE
Calidad	Estado de Conservación	21
	Constitución del Bien	21
	Representatividad	28
	Total	61
Significado	Local	
	Regional	12
	Nacional	
	Internacional	
	Total	12
PUNTAJE TOTAL		82

PATRIMONIO CULTURAL

Patrimonio Cultural Material Inmueble – Grupo Arquitectónico
Escenarios para la recreación y el deporte - Centros de Recreación

Balneario los Higueros

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Balneario Los Higueros
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	Cabecera municipal
VEREDA:	Higueros
DISTANCIA A PASTO:	Km
DISTANCIA A LA CABECERA MUNICIPAL:	Km
CÓDIGO ASIGNADO:	1.1.4.5.6

IMAGEN 8. Panorámica Balneario los Higueros



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Descripción

Ubicado en la vereda Higueros cuenta con un espectacular kiosco, discoteca, dos piscinas, una pista de motocross, canchas de tejo y sapo además de un polideportivo, piscina para pesca deportiva, grandes zonas verdes y un amplio parqueadero, es un lugar perfecto para la visita de los grupos familiares y en ocasiones o fechas especiales se realizan diferentes actividades como campercross, motocross y campeonatos de micro fútbol, es uno de los lugares más visitados por los habitantes de la región y con más frecuencia los fines de semana ya que además de las actividades que se puede realizar en este lugar se puede disfrutar de la gastronomía local al aire libre y gozar de sus grandes zonas ecológicas.

Puntaje de valoración

PATRIMONIO MATERIA		
TEMA	CONCEPTO	PUNTAJE
Calidad	Estado de Conservación	21
	Constitución del Bien	21
	Representatividad	28
	Total	70
Significado	Local	
	Regional	12
	Nacional	
	Internacional	
	Total	10
PUNTAJE TOTAL		82

IMAGEN 9. Interior del Balneario los Higueros



FUENTE: Esta investigación. 2014.

PATRIMONIO CULTURAL

Patrimonio cultural material inmueble – grupo arquitectónico
Obras de ingeniería e infraestructura –puentes.

Puente colgante del Juanambú

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Puente Colgante del Juanambú
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	Cabecera municipal
VEREDA:	Cabecera municipal
DISTANCIA A PASTO:	45 Km
DISTANCIA A LA CABECERA MUNICIPAL:	8 Km
CÓDIGO ASIGNADO:	1.1.5.1.

Descripción

Obra 1956 - 1958. Cimentación iniciada en 1956, estructura terminada en el año de 1958 de la colecta inicial a la obra de la firma Alemana Fried Krupp Washinen - Undstahilaurheinhausen, auspiciada por el General Rojas Pinilla. Estructura colgada de las peñas sobre el río Juanambú y de los impresionantes abismos; formados por la entrada de las corrientes del río Juanambú por el estrecho cañón de este caudaloso río. El puente permite la movilidad de pasajeros de los municipios del norte de Nariño, en su interconexión con la capital del Departamento y con el resto de poblaciones del continente americano, por esta pasa la antigua carretera panamericana.

IMAGEN 10. Panorámicas de puente del Juanambú



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Hoy en día también es utilizada en la práctica de deportes extremos como el Bunge y forma parte un selecto grupo de 4 lugares en el territorio colombiano que son los únicos en los que se practica estos. Tiene una extensión de 100 metros.

Puntaje de valoración

PATRIMONIO MATERIA		
TEMA	CONCEPTO	PUNTAJE
Calidad	Estado de Conservación	21
	Constitución del Bien	21
	Representatividad	28
	Total	70
Significado	Local	
	Regional	
	Nacional	18
	Internacional	
	Total	88
PUNTAJE TOTAL		88

PATRIMONIO CULTURAL

Patrimonio cultural inmaterial
Técnicas de elaboración de objetos artesanales

Artesanías en Fique

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Artesanías en Fique
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CÓDIGO ASIGNADO:	1.6.10.1.

IMAGEN 11. Artesanías en Fique, alpargatas.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Descripción

Tejedoras de la fibra del fique, elaboran cordeles, sacos de empaque, floristería, accesorios prendas de vestir, bolsos, canastos, cortinas y otras piezas para uso empresarial y para el hogar como juegos para el baño, tapetes, individuales y hasta las bases para la fabricación de alfombras; destacándose la artesanía principalmente, decorativa y los disfraces para el carnaval.

En el municipio de Buesaco, los diferentes talentos artísticos se dan por la capacitación que han recibido de personas que se han preocupado por instaurar en el municipio una nueva alternativa de ocupación y de ingresos como es el caso de las hermanitas de la presentación quienes capacitan a jóvenes y adultos en su gran mayoría mujeres para que den muestra de sus habilidades artísticas ya sea en fomi, bordados, costura entre otras.

Otra fundación que se ha preocupado por incentivar el arte en los niños que tienen algún grado de discapacidad es la FUNDACION LUNACREARTE, quien con la

pintura, hacen que los niños estimulen su don artístico y hagan parte de una sociedad que muchas veces los rechaza.

La asociación de artesanos de Buesaco "ARTEB'S", son un conjunto de mujeres que decidieron unirse y capacitarse en la elaboración de productos artesanales hechos en fique, como son lámparas, flores, bolsos, tapetes, sombreros, carteras entre otros; con el fin de generar una nueva alternativa de trabajo.

IMAGEN 12. Artesanías en Fique, bolsos.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

En el corregimiento de Santafé de la Jubanguana, existe una asociación de mujeres artesanas que realizan los gobelinos, que son unos cuadros que pueden llegar a medir hasta un metro y medio por un metro, estas artesanas fueron capacitadas por las Hermanas Carmen Regina Valenzuela Cabrera y María Flor Ramírez Gómez, de la Congregación Compañía de María de Santafé de Bogotá, quienes enseñaron este arte a jóvenes y amas de casa, quienes en su tiempo libre realizan los trabajos en casa, y las jóvenes en los talleres, las hermanitas se encargan de comercializarlos incluso hacia el exterior. Además de los gobelinos también realizan bordados.

IMAGEN 13. Artesanías en Fique, disfraces para carnaval de los rojos.



FUENTE: Esta investigación. 2014

Otro trabajo artesanal es el que se realiza en Veracruz corregimiento del municipio de Buesaco, utilizando como materia prima látigo que lo sacan de las plantas de plátano, realizando trabajos hermosos incluso vestimentas de cuerpo entero que utilizan en las comparsas de principio de año.

Artesanías en fique, bella muestra del trabajo de los artesanos locales, incluso trajes de cuerpo completo para comparsas.

Puntaje de valoración

PATRIMONIO MATERIA		
TEMA	CONCEPTO	PUNTAJE
Calidad	Calidad	14
	Colectiva	14
	Tradicional	14
	Anónima	14
	Espontánea	14
	Popular	14
	Total	70
Significado	Local	
	Regional	12
	Nacional	
	Internacional	
	Total	12
PUNTAJE TOTAL		82

PATRIMONIO CULTURAL

Festividades y eventos
Fiestas
Carnavales

Carnaval de los rojos

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Carnaval de los rojos
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CÓDIGO ASIGNADO:	1.7.1.2.1.

IMAGEN 14. Comparsa carnaval de los rojos



FUENTE Esta investigación. 2014

Descripción

Fiestas que tienen su origen por los años ochenta, originándose como una manifestación de la algarabía de un grupo de personas residentes del municipio en aquel entonces. Fiestas que año tras año se les ha querido impregnar identidad, haciéndolas cada vez más culturales, es así como el MINISTERIO DE CULTURA ha invertido recursos en este carnaval donde se realizan actividades como presentaciones de danzas y las llamadas comparsas, que son grupos de danza campesina de los municipios aledaños a Buesaco y en los últimos años se vienen integrando a estas festividades reconocidas escuelas de folclore como son Americanto de la ciudad de Pasto, Canto andino del país del Ecuador, entre otras haciendo así que esta festividad sea mejor y más nombrada en el territorio colombiano y estas actividades están acompañadas de grupos musicales y orquestas de renombre siendo este el carnaval más celebrado del municipio.

Los carnavales de rojos son hoy en día los de mayor concurrencia de público en el municipio de Buesaco, debido a que los carnavales en Nariño van hasta el seis de enero y lógicamente la fecha siguiente no se programan fiestas en los municipios aledaños incluyendo al municipio de Pasto, razón por la cual la participación de las comunidades es mucho mayor, para el municipio de Buesaco el carnaval del 7 de enero se ha convertido en una buena plataforma para vender imagen, toda vez que son muchas las colonias de otros departamentos que visitan esta región.

IMAGEN 15. Disfraz individual para carnaval de los rojos



FUENTE Esta investigación. 2014

Puntaje de valoración

FESTIVIDADES Y EVENTOS		
tema	concepto	Puntaje
Calidad	Organización del evento	30
	Beneficios socioculturales	20
	Beneficios económicos locales	20
	Total	70
Significado	Local	
	Regional	
	Nacional	14
	Internacional	
	Total	
PUNTAJE TOTAL		84

IMAGEN 16. Comparsa participante en carnaval de negros y blancos en representación de los carnavales de los rojos



FUENTE: Yander Anderson Gavilanes. 2012

PATRIMONIO CULTURAL

Festividades y eventos
Ferias y exposiciones
Gastronómica

Feria del maíz

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Feria del Maíz
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CÓDIGO ASIGNADO:	1.7.2.9.1.

Descripción

La comunidad educativa de la institución educativa Villa Moreno , del municipio de Buesaco, interesados en mejorar las condiciones socioeconómicas , enmarcadas dentro de un sistema de producción netamente agropecuario en donde el maíz representa la principal fuente de consumo y comercio, siendo a la vez su patrimonio ancestral y fuente primigenia de subsistencia ,elaboró un proyecto pedagógico “POR LAS TIERRAS DEL MAIZ”, como una alternativa para incentivar la comercialización del maíz y sus derivados, mediante la organización de la FERIA DEL MAIZ, con la participación activa de toda la comunidad educativa y la comunidad en general y que cada año realiza una nueva versión.

En esta feria se promueven y divulgan la importancia del maíz a través de las danzas teatro, música, manualidades, motivos artesanales, entre otros.

La feria del maíz se realiza a mediados del mes de junio un sábado y domingo, en donde se realizan actividades sociales culturales y deportivas con el objeto de congregar a un gran número de visitantes.

Se lleva a cabo el concurso de música campesina “POR LAS TIERRAS DEL MAÍZ”, encuentro de danzas, presentación de émulos y tríos, encuentros deportivos incluso a nivel departamental, exposición de trabajos sobre el maíz, elaborados por los estudiantes, presentación del carnaval del maíz con sus reinas y baile popular.

IMAGEN 17. Danzantes en la feria del maíz.



FUENTE: Yander Anderson Gavilanes. 2012.

Puntaje de valoración

FESTIVIDADES Y EVENTOS		
tema	Concepto	puntaje
Calidad	Organización del evento	30
	Beneficios socioculturales	10
	Beneficios económicos locales	20
	Total	60
Significado	Local	
	Regional	10
	Nacional	
	Internacional	
	Total	10
PUNTAJE TOTAL		70

Sitios naturales

Montañas
Depresión

IMAGEN 18. Panorámica del cañón del Juanambú. 2014.



FUENTE: Fabio Martínez. 2014.

Parque cañón del Juanambú

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Parque Cañón del Juanambú
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	Cabecera municipal
DISTANCIA A PASTO:	54 Km
CÓDIGO ASIGNADO:	2.1.10.1

Descripción

Este parque aún, es una obra que se está construyendo, aunque se está avanzando en su construcción falta mucho por hacer para que así este con certeza se convierta en un dinamizador de la economía para el municipio de Buesaco además se espera que este proyecto tenga mayores beneficios para el departamento de Nariño, Cauca, Putumayo, Huila, el Sur – Occidente del País y el norte del Ecuador, debido a sus efectos a nivel económico y social, ya que a través del producto de una alianza entre los sectores público, privado y capital extranjero generará más de 2.000 empleos directos e indirectos. Adicionalmente, se generará empleo alrededor de las microempresas urbanas y rurales. También la comunidad se beneficiará con el mejoramiento de los servicios de agua potable, luz eléctrica, educación, salud, infraestructura, vivienda y seguridad. Estos servicios beneficiaran los municipios del área de influencia del proyecto: Arboleda, La Cruz, Belén, El Tablón, La Unión, San Lorenzo, San Pablo, Albán, San Pedro de Cartago, Chachagüi, San Bernardo, Génova, Taminango y Pasto.

Igualmente, generará ingresos alternativos a sectores como la microempresa rural, artesanías, restaurantes, cadenas alimentarias, hoteles, hostales, transporte y

empresas de turismo. Todos esto sobre la base de un potencial turístico de 6'000.000 visitantes hacia futuro en promedio mensual.

Este Parque está ubicado sobre el cañón del mismo nombre, a 1.172 metros sobre el nivel del mar, con clima cálido seco considerado uno de los mejores y más sanos del mundo, a sólo 40 minutos de la ciudad de Pasto, en donde el visitante puede observar uno de los mejores paisajes de Colombia, su naturaleza pródiga y los relieves caprichosos que hacen de este paraje singular uno de los mejores del mundo, y que reúne en un solo paquete: ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo, sin olvidar la gran riqueza histórica que se encuentra en este lugar, donde se haya ubicado el “Camino de los Libertadores” donde se engrandecen las épicas leyendas de pasadas hazañas borrascosas sobre sus imponentes murallones y cuando Nariño estableció sus tiendas en la batalla del Juanambú de 1814 ,” rugieron gloriosos sus cañones para liberar esta hermosa tierra.”

En el parque se encuentran aún las trincheras, las cuevas o parapetos que utilizo el ejército realista en la Batalla del Juanambú, estas trincheras se han adecuado con hermosos senderos en donde el turista puede encontrarse con una hermosa combinación entre la historia y la riqueza natural y paisajística que encierra el lugar en donde sin lugar a dudas el verde es de todos los colores (Aurelio Arturo, poeta Nariñense), que combinados con uno de los mejores y más sanos climas del mundo hacen de este paraje un paraíso único en su tipo.

IMAGEN 19. Piscinas naturales dentro del parque cañón del Juanambú



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Otro gran componente del parque es que en el sendero acuático sobre el río Juanambú establecido para la práctica del Rafting, kayak, canotaje, se pasa por los tres puentes que marcaron la historia de nuestro país el Puente Colgante del Juanambú, el puente del socorro y el Puente Histórico de Los Arcos.

La Gobernación de Nariño, la Administración Municipal y El ministerio de Industria Comercio y Turismo, han gestionado recursos por alrededor de tres mil millones

de pesos (\$3.000.000) para la compra de predios, adecuación de la infraestructura básica, adecuación de la vías de acceso, construcción del restaurante, kioscos, posos naturales de baño, senderos, entre otros.

A la par con la gestión de recursos la Administración Municipal ha realizado convenios estratégicos con entidades como el SENA, FEDEC (Federación Colombiana de Ecoturismo y Turismo de Aventura), Ríos de Aventura, para capacitar el talento humano que involucra toda la cadena productiva del turismo y se han realizado capacitaciones en: hotelería y turismo, guía turística, agroturismo, gastronomía regional, guía de deportes náuticos en el río Juanambú, mecánica blanca y seminarios de turismo entre otros; que harán que los servicios en este parque sean de óptima calidad.

IMAGEN 20. Zona de camping parque cañón del Juanambú



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Actualmente se encuentra en funcionamiento las actividades de Rafting. kayak y se programan algunos saltos de Bunge Jumping en el puente colgante del Juanambú, además el parque a pesar de no tener en su totalidad la infraestructura básica lo han visitado importantes personajes del ámbito regional, nacional e internacional; además ha sido sede de importantes eventos como el V Encuentro Nacional LandRover, un (1) saltos Jumping una vez al mes o por contrato con anticipación con la Empresa Bogotá Bunge actividad que solamente se realiza en tres partes en el País, Medellín, Bogotá e Ibagué; contando con una gran cantidad de adeptos nacionales y extranjeros que gustan de la práctica de estas actividades de aventura combinadas con naturaleza.

IMAGEN 21. Salto jumping



FUENTE: Anónima. 2014.

IMAGEN 22. Practica de cayac en el rio Juanambú.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Puntaje de valoración

SITIOS NATURALES		
Tema	concepto	puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	10
	Sin contaminación del agua	3
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
	Total	63
Significado	Local	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	22
	Total	22
PUNTAJE TOTAL		85

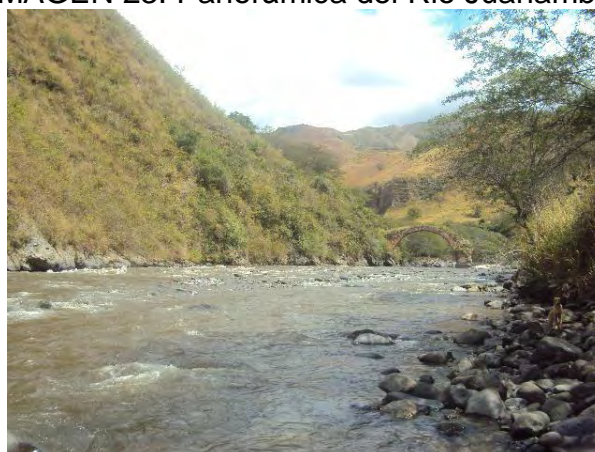
Sitios naturales

Aguas loticas
Ríos

Rio Juanambú

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Rio Juanambú
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	Cabecera municipal
DISTANCIA A PASTO:	54 Km
CÓDIGO ASIGNADO:	2.5.5.1

IMAGEN 23. Panorámica del Rio Juanambú.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Descripción

Hace parte de la vertiente del Pacífico, sus aguas son vertidas a la cuenca del río Patía para desembocar finalmente al Pacífico. Importante en la vida histórico política del país porque en su entorno se gestó la independencia (1814 – 1819), la temperatura en sus alrededores alcanza los 16 a 24 grados centígrados; precipitación anual entre los 1000 y 1800 mm. Para facilitar el cruce del río, se construyó el puente colgante, denominado Puente del de Juanambú, Principal rio del municipio, puesto que establece un vínculo natural entre los municipios de El Tablón, Arboleda, Berruecos, San Lorenzo, Taminango y El tambo, en este lugar se encuentran ubicadas las cuevas de parapetos.

IMAGEN 24. Practica de canotaje en el Rio Juanambú.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Puntaje de valoración

SITIOS NATURALES		
tema	Concepto	puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	10
	Sin contaminación del agua	8
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	9
	Total	64
Significado	Local	
	Regional	
	Nacional	18
	Internacional	
	Total	18
PUNTAJE TOTAL		85

Sitios naturales

Formaciones Carcasicas

Cueva

Cueva de parapetos

GENERALIDADES	
NOMBRE:	Cueva de Parapetos
DEPARTAMENTO:	Nariño
MUNICIPIO:	Buesaco
CORREGIMIENTO:	Cabecera municipal
DISTANCIA A PASTO:	54 Km
CÓDIGO ASIGNADO:	2.12.2.1.

Descripción

Trinchera natural que protegió a las tropas de los realistas en la época de la independencia, localizada sobre el Rio Juanambú, sirvió como refugio para soldados, comandados por el general Melchor Aimerich, en la Batalla del Juanambú de 1814.

IMAGEN 25. Cueva de parapetos



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Un ingeniero español, trabajó tres meses con los indios de la jurisdicción de Pasto, fortificando aquellas posiciones aprovechando la fosa del río.

Puntaje de valoración

SITIOS NATURALES		
tema	Concepto	puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	10
	Sin contaminación del agua	3
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
	Total	63
Significado	Local	
	Regional	
	Nacional	18
	Internacional	
	Total	18
PUNTAJE TOTAL		81

4.3.1.1.3 Evolución Del Mercado.

La evolución del mercado se entiende como el estudio del mercado, el cual se realizó en el objetivo específico anterior.

4.3.1.1.4 Infraestructura.

La infraestructura se refiere a los bienes y servicios con que cuenta el municipio para así vincular entre si las distancias de las diferentes veredas a través del transporte terrestre, acuático y aéreo si existiese; asegurar la salud, salubridad y sanidad de la zona de estadía del turista; prestar los servicios adecuados.

La infraestructura se puede clasificar de la siguiente manera:

Transporte:

1. Red vial:

- Red vial nacional
- Red vial departamental
- Vías municipales
 - Vías urbanas
 - Vías rurales
- Servicio de tránsito y transporte

2. Sanidad:

- Salud
- Acueducto
- Alcantarillado
- Manejo de residuos sólidos

3. Energía:

- Energía eléctrica
- Estaciones de servicio

4. Telecomunicaciones:

- Cobertura de telefonía

5. Equipamiento:

- Plaza de mercado
- Plaza de feria
- Teatros
- Espacios deportivos y de recreación

RED VIAL

Red vial nacional

IMAGEN 26. Vía a Pasto - Buesaco, entrada túnel.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Como vía primaria nacional está La Ruta Nacional 25 que parte desde El Puente Internacional de Rumichaca hasta la ciudad de Barranquilla. Esta vía permite la llegada a Buesaco. Durante los últimos 5 años se ha esperado la entrega de la concesión vial Rumichaca – Pasto - Chachagüí – Aeropuerto, se espera que la obra sea entregada para el 2015 lo que se espera que genere desarrollo económico y de vida al desarrollo turístico no solamente para el municipio de Buesaco sino para el departamento en general.

IMAGEN 27. Vía a Buesaco; daza.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

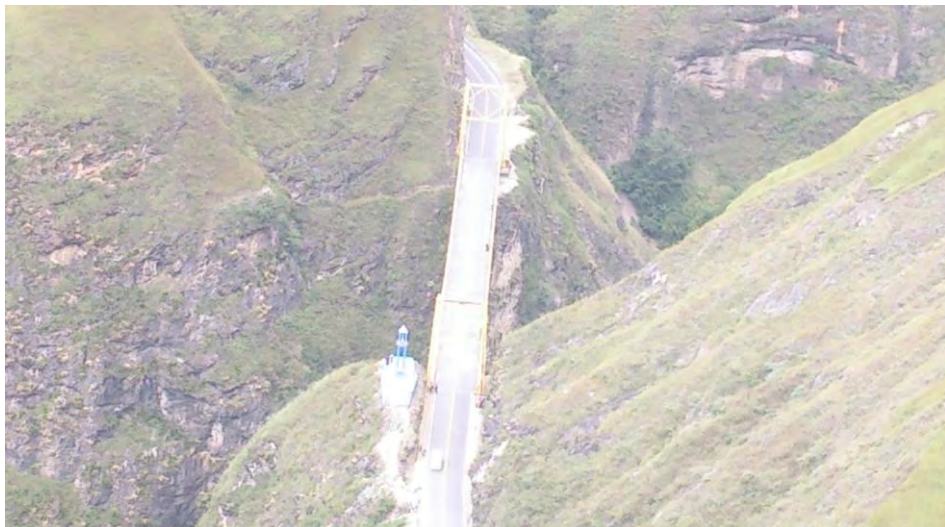
Red vial departamental

La principal vía departamental que pasa por el municipio de Buesaco es el Corredor Troncal Norte de Nariño. Esta vía comprende el tramo Higueros – La Unión – San Pedro de Cartago – El Empate con una longitud de 46 kilómetros y un valor total de 88.073 millones de pesos. La interventoría de la obra está a cargo del Consorcio RYU ID, con un contrato por valor de \$ 4.069 millones de pesos.

El Corredor de Competitividad Troncal Norte de Nariño se convierte en la alternativa de comunicación terrestre entre el norte de Nariño y el sur del Cauca.

La parte que tiene que ver con Buesaco esta entregada en su totalidad y en la actualidad se está trabajando en el municipio de Arboleda hasta llegar al municipio de la Unión.

IMAGEN 28. Vía Troncal del Norte Higueros – La Unión – San Pedro de Cartago – El Empate



FUENTE: Anónima. 2014.

Red vial municipal

- Vías rurales: Del orden municipal como caminos de acceso a veredas y vehiculares que en mayor parte se encuentran deterioradas y exigen una pronta intervención. El municipio afronta una gran limitante en el mantenimiento rutinario de las vías vehiculares, como es la falta de maquinaria pesada, el municipio carece de volquetas, cargadores, buldócer, Moto niveladora, etc.; por lo cual un mantenimiento de las vías es costoso y sería casi imposible alquilar dichos equipos pesados. Las vías vehiculares son un factor que permite el desarrollo, por lo cual varias comunidades del municipio han solicitado la construcción de vías hacia sus veredas, como es

el caso de San Ignacio – La Tasajera, San Bosco - La estancia, Bermejál – Palo Zumbo, Naranjal – San Vicente, y Buesaco – Hijaguí – Santa María.

- Vías urbanas: el municipio de Buesaco actualmente cuenta con calles pavimentadas y adoquinadas, Otras por el contrario presentan un regular estado de transitabilidad, haciéndose necesario un estricto mantenimiento y completa adecuación; por lo tanto se presenta la necesidad de construcción de algunas vías y terminación de otras. Uno de los principales problemas que presenta el municipio es la construcción o mejoramiento de una vía alterna a la vía principal ya que cuando se cierra la vía principal por diferentes motivos (fiestas, eventos entre otros.) los vehículos deben tomar la vía transversal que se encuentran en muy mal estado, dificultando así el tránsito y posibilitando accidentes.

Servicio transito y transporte

La prestación del servicio de transporte intermunicipal satisface la demanda presentada por el Municipio en la medida que existen empresas que prestan el servicio de transporte de pasajeros y de carga como COOTRANSCOL, que cuenta con 35 vehículos entre: camionetas y microbuses, también prestan el servicio empresas de operación Nacional como Transipiales, Transandona, Cootranar, San Juan de Pasto, Rutas del Sur, Transtambio, Cootransmayo entre otros.

IMAGEN 29. Transporte a Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014.

El transporte inter vereda no posee la concurrencia necesaria para prestar un mejor servicio, que actualmente es atendido por buses tipo escalera y camperos tanto para pasajeros como para carga además de los moto taxistas, el cual incrementa los costos por el mal estado que presentan las vías.

En el casco urbano con la implementación de tres empresas de mensajería motorizada, que prácticamente prestan el servicio de moto taxis, el tráfico de motos se ha incrementado notoriamente en el casco urbano, es por ello y por otras razones que el municipio procurara orientar y buscar alternativas que permitan organizar el tráfico vehicular y peatonal del casco urbano. También se cuenta con el servicio de rutas de vehículos tipo motocarro, empresa que presta servicio a los diferentes corregimientos y veredas del municipio de Buesaco, no obstante este servicio se viene prestando de una forma ilegal.

IMAGEN 30. Servicio público de moto-taxi en la cabecera municipal de Buesaco



FUENTE: Esta investigación. 2014.

SANIDAD

Salud

IMAGEN 31. Panorámica externa e interna ESE Virgen de Lourdes



FUENTE: Página web ese virgen de lourdes. 2014.

El municipio de Buesaco está la Empresa Del Estado Virgen de Lourdes; prestadora de servicios de salud de primer nivel de atención, enfocada a servicios en la promoción de la salud y prevención de la enfermedad, cuenta con talento humano idóneo para brindar servicios con calidad, contribuir en el mejoramiento

de las condiciones de salud de la población Buesaqueños. Como visión tiene que para el año 2017 será una empresa líder en la prestación de servicios de primer nivel en el norte de Nariño con los mejores resultados en promoción y prevención para brindar las mejores condiciones posibles en atención de la población. Esta cuenta con servicio de consulta general, odontología, enfermería, promoción y prevención, laboratorios, psicólogos, consultorio de urgencias, servicio farmacéutico y traslado asistencial. Cuenta con 7 médicos permanentes y dos médicos como apoyo de atenciones los días miércoles y sábados.

IMAGEN 32. Panorámica externa, imagen de nuestra Señora de Lourdes



FUENTE: Pagina web virgen de lourdes. 2014.

Además, el municipio cuenta con 9 puestos de salud distribuidos en todo el municipio: San Antonio, Santa María, Santa Fe, Rosal del Monte, San Ignacio, Juanambú, Villa moreno, Hato Tongosoy y Palacinoy

Acueducto municipal

Para abastecer la demanda del servicio de acueducto en la zona urbana y otras zonas aledañas, se cuenta con una planta de tratamiento, que contiene una cámara de quietamiento, 2 floculadores, dos unidades de sedimentación de tipo convencional, un dosificador de sulfato de aluminio, tres unidades de filtro de rata constante, un tanque elevado para lavado de filtros y gastos de la planta, bombas para el sistema de lavado y un clorizador para la desinfección del agua, los cuales no se encuentran en optimo estado.

IMAGEN 33. Panorámica edificio principal acuabuesaco.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Esta planta se abastece por el Río Buesaquito y tiene de existencia más de 40 años, es por ello que ha venido perdiendo su vida útil a pesar de la repotenciación a que ha sido sometida durante los últimos años, situación que se agrava por el incremento de la población, además de que la planta fue diseñada para un caudal de 25 litros por segundo, y en la actualidad está tratando 40 a 42 litros por segundo, esto conlleva a que los Buesaqueños estén tomando agua no apta para el consumo humano generando graves problemas en la salud especialmente en la población infantil.

IMAGEN 34. Planta de tratamiento cabecera municipal.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

En cuanto a la cobertura, el acueducto municipal fue diseñado, proyectado y construido para la zona urbana, con el transcurrir de los años la población del casco urbano ha aumentado considerablemente además que las veredas aledañas a la cabecera municipal accedieron al servicio lo cual ha generado como consecuencia la racionalización del servicio hacia algunos sectores, los cuales toman el servicio un día por semana lo que ha ocasionado un malestar social.

En cuanto al sector rural la mayoría de corregimientos cuentan con sistemas de acueducto rudimentarios que no garantizan la calidad de agua, solo en 14 de los 16 acueductos rurales se presta servicio de desinfección, con sistemas de dosificación de hipoclorito de calcio (tratamiento microbiológico), sin que esto garantice la calidad total de la misma, debido a que falta el tratamiento fisicoquímico, requerido para calidad total.

En conclusión el Acueducto del municipio de Buesaco no garantiza la potabilidad del agua como consecuencia de la pérdida útil del tratamiento, limitada cobertura y desorganización institucional en la prestación del servicio.

Cabe anotar que la parte alta de la cuenca esta en criticas condiciones, debido a la marcada deforestación efectuada por los moradores del área, para el efecto, la actual administración municipal se encuentra fomentando programas de reforestación de micro cuencas especialmente de las que abastecen acueductos en el municipio.

Alcantarillado

Fue reconstruido en la administración en la zona urbana 1995 – 1998 en un 50% y en la actual administración se llevó a cabo la reconstrucción del otro 50% que estaba faltante dejando así al municipio con un sistema de alcantarillado completo para satisfacer las necesidades de la comunidad, se espera que con esto se mitigue un poco los problemas de filtraciones y el grave problema de hundimiento y deslizamiento de los suelos que presento estos últimos años el municipio y que ha afectado considerablemente las viviendas de los sectores por donde pasaba dicho alcantarillado que se encontraba falto de reconstruir.

Durante el año 2011 se viene ejecutando el proyecto de construcción del sistema de alcantarillado tanto para aguas lluvias como para residuales, de conformidad con el PLAN DEPARTAMENTAL DE AGUAS, en su primera fase, el cual comprende cambio total de tuberías en polímero en los sectores más críticos de la población, donde se presentan agrietamientos y deslizamientos siendo más puntual hacia el sur de la población (Barrios: Bolívar, Robert Rojas, la Inmaculada, la Pradera entre otros), a la fecha ya se realizó la adecuada construcción del sistema de alcantarillado para esta zona del municipio.

En el sector rural, la cobertura es mínima y solo algunos poblados poseen el servicio como son los corregimientos de: Especial Buesaco (La Loma Franco Villa, los Pinos), Villa Moreno, San Antonio, Rosal del Monte, Santa María, San Ignacio y Santa Fe, en donde existen sistemas de alcantarillado que han perdido su vida útil ocasionando graves problemas de contaminación y de agrietamientos en los suelos y por ende en las viviendas, en el resto del sector rural no existen sistemas de alcantarillado sino sistemas rudimentarios como son letrinas, pozos sépticos, sin ningún control sanitario por lo cual ocasiona grandes problemas de

contaminación ambiental que repercute en la salud de los habitantes, por lo cual se hace necesario la formulación y ejecución de proyectos al respecto para minimizar la contaminación ambiental y las consecuencias en la salud de los habitantes.

Manejo de residuos sólidos

IMAGEN 35. Entrada a basurero Antanas



FUENTE: Esta investigación. 2014.

El municipio de Buesaco a través de un convenio con la Empresa Metropolitana de Aseo (EMAS), en el lugar de su propiedad denominado Antanas es donde se hace la disposición final de residuos sólidos del casco urbano de Buesaco, la empresa de servicios públicos municipales ACUABUESACO es quien realiza la etapa de recolección domiciliaria con una volqueta dos veces por semana. Se hace necesario gestionar recursos para adquirir un vehículo recolector adecuado para mejorar la prestación de este servicio.

Energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica es administrado por Cedenar, tiene un cubrimiento del 100% en el sector urbano, el alumbrado público es deficiente generando problemas de inseguridad y en la actualidad se cuenta con la empresa PSI que es una empresa contratista de Cedenar la que brinda mantenimiento a toda la red eléctrica del municipio tanto de la cabecera urbana como de sus corregimientos cabe anotar que desde que está trabajando esta empresa en Buesaco ya se ha disminuido en más de un 80% los daños de la red de energía y que es muy raro que falte este servicio en el municipio.

En el área rural, algunos proyectos de electrificación han quedado inconclusos en algunos sectores, con recursos propios y de la estampilla pro electrificación, la actual administración se propone concluir éstas electrificación, en la página oficial de la alcaldía de Buesaco la información que se tiene es de 2008.

Estaciones de servicio

El municipio de Buesaco cuenta con dos EDS. Ubicadas en la entrada a la cabecera municipal en la vía Pasto - Buesaco y otra en la salida a la vía al municipio de La Unión

TELECOMUNICACIONES

Cobertura de telefonía

Hoy en día el 90% del territorio municipal cuenta con cobertura en telefonía celular, con los operadores de Claro, Movistar y Tigo.

Una herramienta fundamental en el desarrollo de las comunicaciones en el municipio de Buesaco es el servicio de internet, prestado por los operadores de telefonía celular y sistemas satelitales instalados en la gran mayoría de establecimientos educativos del municipio. Además una empresa constituida por habitantes del municipio INTERNET RAMOS esta brinda el servicio de internet pos pago en las casas haciendo así que la mayoría de casas del municipio cuente con el servicio de internet.

Y es de importancia anotar que con gestión de la actual administración municipal se ha conseguido que en Buesaco exista una red de internet wi-fi con contraseña abierta totalmente gratis en algunos lugares del municipio y se espera que se pueda llegar a gestionar para que cubra todo el municipio.

EQUIPAMIENTO

Plaza de mercado

IMAGEN 36. Plaza de mercado.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

Consta de dos plantas, la primera en la cual se realizan todas las ventas de los diferentes productos perecederos y la segunda que en donde se instaló el área de restaurantes. Se ocasionan conflictos en lo referente a la invasión de espacio público, haciendo que los vendedores no se ubiquen dentro de la plaza sino fuera de ella en ocasiones invaden la vía principal que conduce hacia los municipios del norte de Nariño, es imperativo que la administración Municipal previa concertación con comerciantes que hacen uso de las vías aledañas a la plaza coordinen la reubicación de sus estantes, garantizando facilitando así el acceso a usuarios en general y descongestionando también los espacios públicos, La administración de esta plaza la realizan personas particulares en convenio con el municipio.

Plaza de ferias

Comprende la zona donde se comercializa el ganado vacuno y porcino, lugar que en la actualidad atenta sobre el espacio público, de igual manera o reúne las condiciones mínimas ambientales y sanitarias para el desarrollo de esta actividad.

IMAGEN 37. Plaza de ferias.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

La venta de ganado en dichas condiciones, además estar invadiendo el espacio público, es un peligro inminente para los transeúntes también ligado a los problemas de salud por las basuras y excretas que quedan expuestas después de la feria de ganado.

En el año 2010 el municipio adquirió un lote para el desarrollo de la actividad de compra y venta de ganado, sobre el costado centro oriente de la población de Buesaco, lugar este que a la fecha se encuentra en proceso de adecuación.

Teatro municipal

ubicado sobre la carrera segunda entre calles 10 y 11, es un infraestructura que se inició su construcción durante los años 89 y 90 y aún no se ha culminado en su totalidad, si bien es cierto se desarrollan algunas actividades se requiere terminar y dotar esta infraestructura capaz de albergar 600 personas.

Solo hasta el año 2006 se dio uso al teatro municipal “Efrén Ortiz León” debido a que las administraciones no habían invertido en esta obra que durante muchos años estuvo abandonada pero en la actualidad ya se mejoró en cuanto a lo que estaba faltante para poder hacer de este teatro un centro de recreación sana para los habitantes del municipio siendo así que hasta la fecha ya se ha podido realizar diferentes actividades culturales en el municipio como son el encuentro de danzas nacionales que se da una vez al año en todo el territorio nacional que encontró en Buesaco y en este teatro un hermosos lugar para realizar las eliminatorias de la zona norte del departamento además de eventos como teatro y encuentros de humoristas tanto locales como departamentales y nacionales.

IMAGEN 38. Teatro municipal Efrén Ortiz León.



FUENTE Esta investigación. 2014.

Estadio municipal

En cuanto a los espacios deportivos Buesaco cuenta con el único estadio del departamento de Nariño después del estadio libertad que cuenta con las medidas reglamentarias por la FIFA para la práctica del fútbol además de ser un municipio netamente deportista ya que se realizan dos campeonatos de fútbol al año con la concurrencia de equipos de diferentes zonas del departamento como son de la ciudad de pasto principalmente.

IMAGEN 39. Estadio municipal.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

IMAGEN 40. Panorámica de tribuna estadio municipal.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

También llegan participantes de los municipios de La Unión Nariño, San José, Albán, entre otros; dentro de este se encuentra una pista atlética ideal para los practicantes del ciclismo y el atletismo además en el municipio se encuentran diferentes polideportivos ideales para la práctica de deportes como el micro fútbol el baloncesto, el voleibol entre otros, estos están adecuadamente dotados de todo lo necesario para que los visitantes disfruten de ellos ya que están a la disposición del que quiera utilizarlos sin ninguna restricción.

IMAGEN 41. Polideportivo municipal, cabecera municipal.



FUENTE: Esta investigación. 2014.

En la cabecera municipal existen 9 polideportivos y en a lo largo de todo el municipio existen 58 que la gente disfruta del deporte y la recreación.

4.3.1.1.4 Planta Turística.

Hoteles y restaurantes

En cuanto a la planta turística Buesaco se encuentra bien dotado de dicha planta ya que en la actualidad se cuenta con un total de 5 hoteles y 1 denominada residencia que hospeda visitantes que se quedan en el municipio por más de 5 meses esto hace que en el casco urbano del municipio se tenga un número adecuado de habitaciones y camas para albergar a los visitantes los hoteles con que cuenta el municipio son:

HOTEL LUMAR, ubicado en pleno parque centro del municipio cuenta con un total de 12 habitaciones y un numero de 24 camas al servicio de los visitantes, HOTEL PUEBLA, ubicado diagonal a la iglesia del municipio en el parque centro cuenta con un total de 15 habitaciones y 30 camas, HOTEL PARAISO, ubicado en la calle del comercio en el centro de Buesaco cuenta con 10 habitaciones y veinte camas, HOTEL DEL RIO, este es el hotel más grande del municipio se ubica en el centro en la calle del comercio cuenta con 4 pisos con un total de 40 habitaciones y 80 camas disponibles, HOTEL TACINES, este es un hotel de reciente construcción es un hotel tipo 2 estrellas con hermosas habitaciones con todos los lujos además de piscina y restaurante con zonas verdes ideales para albergar a los visitantes más exigentes cuenta con un total de 20 habitaciones y 40 camas.

Ahora bien en el municipio también existen restaurantes con diferentes especialidades para la degustación de los visitantes que brindan comidas típicas tradicionales como extranjeras, se cuenta con un numero de 9 restaurantes entre los que se encuentran tres asaderos y seis restaurantes de comidas típicas que prestan sus servicios todos los días de la semana y con platos sobre pedidos especiales los fines de semana que es cuando más concurrido está el municipio, para el ocio y el esparcimiento se cuenta con un discoteca y dos bares además tres billares para la práctica de este deporte o simplemente para relajarse en su visita al municipio.

4.3.1.1.5 Superestructura.

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere del auxilio de un subsistema superior que regule a todo el sistema, la denominada superestructura.

En Colombia se define de la siguiente manera (desde la instancia más alta a la más baja).

Orden Nacional

Gobierno colombiano
Juan Manuel Santos Calderón

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Santiago Rojas Arroyo

Viceministerio de Turismo
Sandra Howard Taylor

Oficina de turismo de Nariño
María Constanza Guerra Córdoba

Alcalde de Buesaco
Wilson Humberto Pabón López

Instituciones Gubernamentales

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio

exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

Instituto Nacional de Metrología – INM:

Unidad Administrativa Especial de carácter técnico, científico y de investigación, creada mediante Decreto 4175 de 2011, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa y presupuestal, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Artesanías de Colombia S.A.

Empresa de economía mixta, que contribuye al progreso del sector artesanal, mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas.

Bancoldex S.A

Inició operaciones en 1992, siendo el Gobierno Nacional su mayor accionista. Opera en Colombia como un Banco de Redescuento, que ofrece productos y servicios financieros a las empresas que forman parte de la cadena exportadora de bienes y servicios colombianos. En el exterior suministra, por conducto de bancos previamente calificados, financiación para el importador de bienes y servicios colombianos y sirve de instrumento financiero del estado colombiano para respaldar el Plan Estratégico Exportador

Consejo Técnico de la Contaduría Pública

Creado mediante ley 1151 de 2007, Artículo 71, mediante el cual se expidió el Plan Nacional de Desarrollo 2006 - 2010.

Fiducoldex.

Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior, S.A. Sociedad de servicios financieros de economía mixta indirecta del orden nacional, adscrita al Ministerio de Comercio Exterior, hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y filial del Banco de Comercio Exterior BANCOLDX; constituida mediante escritura pública número 1.497 de octubre 31 de 1.992, otorgada en la Notaría Cuarta de Cartagena (Bolívar), autorizada para funcionar mediante resolución número 4.535 de noviembre 3 de 1.992 expedida por la Superintendencia Bancaria.

Fondo Nacional de Garantías S.A.

Es una entidad de economía mixta, que ha evolucionado para contribuir con el desarrollo sostenible del país otorgando garantías que permitan a la mipyme (personas naturales o jurídicas) de todos los sectores económicos (excepto del sector agropecuario), el acceso al crédito ante los intermediarios financieros, para proyectos viables y que requieran financiación y no cuenten con garantías suficientes.

Proexport Colombia

Entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales colombianas. Brinda apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales, en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia exportadora, buscando la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

Superintendencia de Sociedades.

Organismo técnico, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, mediante el cual el Presidente de la República ejerce la inspección, vigilancia y control de las sociedades mercantiles, así como las facultades que le señala la Ley en relación con otras personas jurídicas o naturales

Findeter.

La Financiera del Desarrollo – Findeter, cuya creación fue autorizada por la Ley 57 de 1989, y modificada por el decreto 4167 de 2011, es una sociedad de economía mixta del orden nacional, del tipo anónimas, organizada como un establecimiento de crédito, vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público y sometida a vigilancia por la Superintendencia Financiera de Colombia.

4.3.1.1.6 Necesidades De Educación Para El Turismo.

Es de suma importancia la capacitación que se ofrezca tanto en el sector público como privado, no se realizó ninguna capacitación por parte del mismo municipio, sin embargo Comfamiliar de Nariño en su afán de crear capacitaciones para los trabajadores sin pasar a crear una concientización de la importancia a la población en general.

Hasta el año pasado la Gobernación de Nariño a través de la Oficina de Turismo Departamental ante el gobierno Nacional, el Vice ministerio de Turismo y Proexport dictaron talleres en formación turística. La agenda inicio el 12 y 13 de

septiembre con el “taller proceso de pensamiento y gestión estratégica y creativa para la región sur- occidente”, fue orientado a la construcción de producto para los mercados internacionales realizado por Proexport en las instalaciones de Loft Hotel. De la misma manera, entre el 16 y el 18 de Septiembre, El Vice ministerio de Turismo realizo un taller teórico-práctico para diseño de producto turístico, el cual tiene como objetivo que los municipios con potencial turístico, se capacitó en la formulación y diseño de producto. El primer día el evento tuvo lugar en la Cámara de Comercio de Pasto, el 17 de septiembre en el Auditorio de la Gobernación de Nariño y el tercer día de taller se desarrolló en al Municipio de Chachagüí.

Finalmente, entre el 19 y 20 de septiembre Proexport desarrolló una capacitación en validación del turismo cultura, durante el primer día de este espacio se realizó un recorrido por la circunvalar al Galeras.

A la cual ningún representante del municipio de Buesaco asistió.

Otro factor importante, es que por parte de la administración actual en las instituciones educativas del municipio no se dicta talleres de sentido de pertenencia, lo cual al contar con ellas, fomentaría la educación hacia un buen turismo.

Además, como municipio es fundamental para entrar en la actividad turista la capacitación en el idioma inglés, en la cual tampoco se ha prestado atención por parte de la alcaldía municipal.

4.3.1.1.7 Uso De La Tecnología.

La tecnología en el turismo ha sido utilizada de manera insipiente la página oficial de la Alcaldía Municipal de Buesaco, además, en el canal local de Buesaco NEC TV las propagandas a sus mismo productos son muy escasos; por su parte la gobernación de Nariño en su programa MAS NARIÑENSE VIAJANDO POR NARIÑO presenta un programa de televisión de productos turísticos de todo Nariño presentado en canal local 32, en el cual solo hace un solo programa de televisión. A nivel nacional existen programas sobre los saltos que se hacen sobre El Cañón del Juanambú.

Por su parte internet, se ve programas sobre el Puente del Juanambú, hechos por instituciones de historia privada de Pasto por via YouTube, vía Facebook las paginas oficiales de la Gobernación de Nariño y más que nada en Facebook de la Oficina de Turismo de la Gobernación presenta fotografías tomadas desde todos los sitios de Nariño entre ellos Buesaco y lo mismo sucede vía Twitter.

El uso de tecnologías para la divulgación del producto turístico se hace más que nada por los mismos habitantes del municipio, al subir fotos a las redes sociales.

La propaganda por vía radial es nula ya que la emisora radial del municipio no tiene largo alcance y solo se escucha al interior del municipio y en algunas veredas de este.

4.3.2 Doña, Problemas E Imagen.

Con la información recolectada procesada y analizada, se procedió al siguiente paso que es la construcción de Matriz DOFA, para luego hallar problemas y finalmente crear una imagen al municipio.

4.3.2.1 Doña.

Esta teoría es de ámbito administrativo que se ha traído hacia esta rama, una vez recolectada información primaria y secundaria (inventario turístico, planta, infraestructura, superestructura, capacitación, uso de la tecnología, comportamiento del mercado), esta matriz permite detectar elementos sobre los que se va a fijar a la atención en el desarrollo del plan; por esta razón es que el producto es la interacción de muchos elementos

TABLA 33. Matriz Doña

DEBILIDADES	FORTALEZAS
estado de las vías municipales se encuentran en mal estado	Estado de las vías nacionales y departamentales, por la alta inversión de la Concesión Rumichaca – Pasto – Aeropuerto y la Troncal del Norte.
señalización turística es inexistente	La mayoría del municipio se encuentra con buena señalización, ya que los convenios de construcción debe colocar estas señalizaciones
servicio de alcantarillado solo existe en ciertas partes del municipio	calidad servicios de transporte
servicio de acueducto, en la cabecera municipal no abastece por su capacidad y la calidad no es la óptima, en el caso rural existen diferentes fuentes del recurso que no es adecuada para el consumo adecuado	frecuencia del servicio de transporte público
acceso a atractivos turísticos podría ser una debilidad por la calidad de las vías municipales	Cercanía del servicio en aeropuerto
eficiencia de las entidades no es la que se pretende ya que es muy difícil la oportunidad de aprovechar de ellos, por ejemplo créditos	El servicio de energía abarca la mayoría del municipio
información sobre la existencia de las entidades, ya que la comunidad no conoce la existencia de fuentes de inversión por parte del estado	servicio de recolección de basuras
La inexistencia de información para el turista. No hay oficina de turismo.	La cobertura de telefonía celular es excelente
La inexistente información para el inversionista	seguridad para el turista por parte de la policía

La mala administración informática en la empresa	Los servicios de salud son apenas remodelado y prestan un excelente servicio
Infraestructura inadecuada para prestar servicios de internet	El inventario turístico de sitios naturales
No existe capacitación para los prestatarios de servicios turísticos por ejemplo a camareros, recepcionistas, ventas al por menor.	El inventario turístico de recursos culturales
No hay capacitación para los empresarios o dueños de los productos turístico.	El inventario turístico de festividades y eventos
El gran arraigo que existe hacia otras culturas que no dan espacio para una sensibilización comunidad hacia el turismo	Los atractivos turísticos más importantes se encuentran ubicados cerca de los demás atractivos
No existen programas de mercadeo que inviten a conocer todos los potenciales y atractivos turísticos que existen en el municipio.	El municipio de Buesaco cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos que no se los puede encontrar en ningún otro municipio de Nariño lo que lo diferencia de sus competidores y que se pueden explotar a través de el buen manejo de políticas de mercadeo.
	La planta turística tiene posibilidades de expansión
	El municipio tiene unos productos definidos
	La segmentos de mercado son conocidos por que la mayoría prefiere a Buesaco por los deportes extremos
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Los actuales competidores tiene un recorrido importante en este mercado (Chachagüí)	Tendencia del mercado turísticos internacional y nacional para las economías emergentes se está ampliando muy fuertemente
Las normas municipales, ya que no apoyan totalmente al desarrollo turístico, ya que su preocupación es son otras actividades como el café	Tendencia mercado interno, el mercado de turismo departamental crece a mayores tasas que el nacional
No hay innovación de tecnologías de turismo	Los productos actuales del mercado no se diferencian entre municipios ya aglomeran en las atracciones recreacionales
No existen políticas de mercadeo adecuadas para el turismo en Buesaco.	Los nuevos productos ofrecidos por el municipio como los deporte extremos lo diferencian de los competidores y puede ser explotados al máximo ya que a traerá mayor numero de turistas que buscan salir de lo habitual.
	Los nuevos competidores queda bloqueados por un peaje

FUENTE: Esta investigación. 2014.

4.3.2.2 Problemas.

Con la matriz DOFA, es posible analizar los principales problemas que existen en el municipio para la elaboración del producto turístico.

Las principales debilidades se contemplan alrededor de las vías de comunicación dentro del municipio. Para la actividad turismo es necesario la conectividad entre las actividades que se va a ofrecer; otro de los mayores problemas son los servicios de agua potable y alcantarillado que se presta, son deficientes y no se prestan en la totalidad del municipio, anuquen no significa que los competidores si prestan con calidad estos servicios, este es un problema a nivel nacional presentado por los municipios de sexta categoría: otro grave problema es el desconocimiento que tiene los prestadores de servicios turístico hacia ciertas ventajas que trae consigo el turismo como es la facilidad de créditos y formalización, en primer lugar por el desconocimiento de la existencias de estas entidades y por la creencia de que es muy difícil acceder a estas oportunidades, lo que conlleva a que no se explote el desarrollo turístico.

De las anteriores se desprenden las demás, como es la desinformación al turista, al inversor y que las empresas que están alrededor del turismo no crezcan y no se fortalezcan en sus servicios como el internet.

Es importante, conocer que la competencia con el municipio de Chachagüi es muy dura pero se tiene a favor la cercanía y no contar con ningún peaje para llegar Buesaco. Por parte del municipio no da gran importancia al turismo en el plan de desarrollo municipal y no promueve el desarrollo de otras actividades diferentes a las tradicionales.

4.3.2.3 Imagen.

Ya contando con el inventario de atractivos turísticos del municipio de Buesaco, se seleccionó los más representativos, los cuales generan mayor grado de desarrollo económico y social para la región.

En este proyecto se desarrolló un folleto como producto final de la investigación; en el cual el turista va a tener una gama de atractivos a cuál va a disfrutar, para ellos se identificó los siguientes puntos importantes:

- Etnoturismo
- Sol y piscina
- Turismo histórico
- Carnaval
- Eco aventura.

El Viceministerio de Turismo, en sus capacitaciones de “producto turístico” argumenta que se debe escoger entre la gama de recursos turísticos alrededor de 5 y 8 atractivos, tomando en cuenta uno principal que funcione como centro de atracción y que este se convierta en motor para que impulse el turismo alrededor de los otros atractivos y con el tiempo poder ampliar el producto turístico.

Para este trabajo se escogió como producto turístico los siguientes:

- Enoturismo: Feria del Maíz y artesanías en fique
- Sol y piscina: Estadero Higuerones y Balneario Agua Viva
- Turismo histórico: Capilla Manuel Ignacio Santa Cruz Loydi y Cuevas de Parapeto
- Carnaval: Carnaval de Los Rojos
- Eco aventura: Parque Cañón del Juanambú.

Tomando como motor de desarrollo turístico El Parque Cañón del Juanambú, siendo este el sitio más visitado en el municipio en el último año, ya que, según el Doctor Yander Gavilanes gerente del parque, lo visitaron 1500 personas en promedio mensualmente.

4.3.3 Formular Plan De Acción Que Potencializa El Turismo En Municipio De Buesaco 2014 - 2016.

Objetivos

- Formular plan de acción que potencializa el turismo en municipio de Buesaco 2014 - 2016.

Objetivos estratégicos.

- Reforzar la institucionalidad para el desarrollo de los productos turísticos.
- Promoción y marketing turístico para Buesaco.
- Fortalecimiento de la infraestructura turística.
- Formación para el turismo competitivo
- Esparcimiento y acceso a la información.

4.4 Formular estrategias para impulsar la actividad turismo en el municipio de Buesaco.

Planes estratégicos

Primer objetivo estratégico.

Reforzar la institucionalidad para el desarrollo del producto turístico.

Este primer objetivo es de suma importancia para el desarrollo turístico del municipio, ya que se implementará una organización, que hasta el momento es incipiente; el renglón turístico está siendo manejado como una función adicional al Secretario de Cultura, con lo cual no da abasto en su tiempo y calidad para manejar una línea tan importante como es el turismo.

Actividades

1. Creación de la asociación municipal de turismo.

El cual se encargará de asesorar, colaborar y fiscalizar las políticas locales de turismo, además, es importante tener una cohesión entre los diferentes órganos encargados de la administración municipal. LA ASOCIACIÓN MUNICIPAL DE TURISMO estará compuesta por el Alcalde, el Secretario de Planeación, el Coordinador de la Oficina Municipal de Cultura y Turismo, el Gerente de la Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios ACUABUESACO, representantes de la Sociedad Civil e Inversionistas Privados del Municipio de Buesaco. De esta junta se elegirá el responsable de la oficina de Turismo.

Además, de la creación de esta junta es necesario que la administración municipal colabore con la creación de juntas alrededor del turismo como son: Junta de Empresarios Turísticos que la formaran las personas que prestan algún servicio de turismo; la Asociación de Profesionales de Buesaco la cual contara con personas tituladas profesionales o técnicas que ayudaran al desarrollo turístico y una organización de personas interesadas en el desarrollo turístico.

2. Instaurar la dirección municipal de turismo.

Esta oficina debe tener a cargo un funcionario independiente a cualquier secretaría, que funcione en conjunto con todos los estamentos de la alcaldía. Se propone que se trabaje con una visión gerencial. Se encargará de todo lo relacionado con la actividad, además, de gestionar proyectos de impacto turístico a nivel municipal, departamental o nacional en beneficio del municipio; también será el encargado del control del plan de desarrollo municipal a nivel turístico. Igualmente como apoyo para la población en general, de la misma forma se encargara de veeduría de los productos y servicios que ofrece el sector privado en el municipio con el fin de tener un buen servicio a favor del turista.

3. Formar alianzas estratégicas entre el sector público y privado.

Brindar soporte y mayor fortalecimiento a la actividad emprendida, con el objeto de garantizar su permanencia y el cumplimiento de las políticas.

4. Gestionar apoyo con la gobernación y el viceministerio.

Establecer unos lineamientos de control y respaldo en el desarrollo del proyecto, articulando normas departamentales y nacionales establecidas en la actividad turismo. Entre una de sus funciones más importantes es la consecución de la policía de turismo

6. Promover la conectividad entre el empresario y las superestructuras.

Es importante que el empresario existente y el nuevo empresario turístico conozcan muy bien las fuentes de financiamiento y de legalidad que faciliten su

trabajo; como es el caso de Bancoldex y los bancos de segundo piso que más ayudan a fortalecer la industria turística.

6. CREAR EL BANCO DE DATOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO.

Para la realización de un proyecto sea de pequeño, mediano o gran impacto de cualquier tipo, es necesario informar al inversionista. En la actividad turismo se espera crear una base de datos con la colaboración de los transportadores de COOTRANSCOL y de los prestadores de alojamiento y estadía en el municipio. Se encargará de esto la dirección de turismo.

7. Seguimiento del plan de acción donde se refiera al turismo.

La Dirección de Turismo será el primer ente encargado de velar por la aplicación del plan desarrollo que se propuso la administración en lo referente al turismo, se pasara a evaluar en la Junta Municipal de Turismo y se tomara medidas al respecto.

8. Llegada del programa de policía de prevención y educación ciudadana.

Las Escuelas de Seguridad Ciudadana son espacios donde la institución policial, brinda al ciudadano formación e instrucción para prevenir delitos y contravenciones que afectan la seguridad del barrio, sector o cuadra. Así los ciudadanos serán promotores y afiliados permanentes de la labor que desarrolla la institución contra los factores que afectan la convivencia social rescatando aquellos valores que como la solidaridad, la integración, el espíritu de vecindad, el civismo y la fraternidad se han perdido por la indisciplina social, la anarquía y el mercado individualismo imperante en la sociedad.

TABLA 34. Plan de acción: reforzar la institucionalidad para el desarrollo del producto turístico.

PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO: REFORZAR LA INSTITUCIONALIDAD PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTOS TURÍSTICOS.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	META	LÍNEA BASE	PERIODO DE CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE
Creación de la asociación municipal de turismo	Asociación de turismo conformada y operando/ Una asociación de turismo propuesta	Una asociación de turismo conformada y operando	0%	2 meses	Administración municipal
Instaurar la dirección municipal de turismo.	Una oficina de dirección municipal de turismo operando / Una oficina municipal de dirección propuesta	Una oficina municipal de dirección operando	0%	2 meses	Administración municipal
Formar alianzas estratégicas entre el sector público y	Reuniones realizadas /reuniones programadas	4 reuniones realizadas (oficina de dirección de	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo

privado		turismo, oficina de turismo del departamento y el viceministerio de turismo)			
Gestionar apoyo con la gobernación y el viceministerio	Alianzas estratégicas gestionadas/ Alianzas estratégicas propuestas	Dos alianzas estratégicas con el departamento y el viceministerio	0%	2 años	Alcaldía municipal, oficina de dirección de turismo, departamento y viceministerio de turismo
Promover la conectividad entre el empresario y la superestructuras	Capacitaciones realizadas /capacitaciones programadas	4 capacitaciones realizadas (bancoldex, Fondo Emprender y Fontur)	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo
Crear el banco de datos turísticos del municipio.	Informes realizados/ informes propuestos	24 informes realizados con sus respectivos soportes	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo
Seguimiento del plan de desarrollo donde se refiera al turismo.	Reuniones realizadas /reuniones programadas	6 reuniones	0%	2 años	Asociación municipal de turismo y oficina de dirección de turismo
Llegada de la policía de Prevención y Educación Ciudadana	Programa de policía de Prevención y Educación Ciudadana puesto en marcha / programa de policía de Prevención y Educación Ciudadana propuesto	Llegada del programa de policía de Prevención y Educación Ciudadana	0%	8 meses	Asociación municipal de turismo y oficina de dirección de turismo

FUENTE: Esta investigación. 2014

Segundo objetivo estratégico

Promoción y marketing turístico para Buesaco

Se pretende una vez organizada la parte administrativa turística abordar el marketing y la promoción de Buesaco. El primer paso ya se lo ha hecho en esta investigación que es el inventario turístico, matriz DOFA e imagen, el paso a seguir es la promoción turística.

Actividades

1. Crear campañas publicitarias del turismo en Buesaco vía internet

Se pretende como meta principal la creación de una página en internet que promueva el turismo del municipio, también incluir la información a la página de la administración municipal. Además crear una identidad en los medios sociales

(Facebook y Twitter) que promueva eventos y festividades de Buesaco. Es de suma importancia tener actualizadas todos los medios de información vía internet, ya que vemos que la página del municipio no se actualiza desde la iniciación del periodo administrativo.

2. Instituir la promoción de servicios turísticos de Buesaco.

Crear una red de información al usuario de los diferentes servicios prestado por cada uno de los establecimientos o locales comerciales que giran alrededor del turismo; se espera crear una guía de servicios turísticos.

3. Organizar campañas publicitarias en televisión

Como se propuso desde el inicio del proyecto de tesis que el principal mercado que se atraerá será el de la Ciudad de Pasto, con lo cual es importante divulgar por los canales locales de Pasto propagandas del producto turístico y programas semestrales dedicados a Buesaco; para pasar a canales regionales de otros municipios a los alrededores de Buesaco y en especial Ipiales. Dando importancia a los carnavales de los rojos y a la feria del maíz importantes en el proyectos de desarrollo de esta tesis

4. Generar campañas publicitarias en emisoras de radio

La mayoría de la población del departamento tiene disponibilidad de a un radio y es el medio más eficaz para llegar, se plantea que se hagan cuñas radiales en emisoras del departamento y nacionales. Por frecuencia AM y FM. . Dando importancia a los carnavales de los rojos y a la feria del maíz.

5. Inclusión en revistas turísticas.

Es importante hacer notar al municipio en la secretaría de turismo de la gobernación, para ello se propondrá que Buesaco sea la cara principal de varias ediciones de guías turísticas del departamento. De igual manera hacer el máximo esfuerzo por entrar a revista turísticas nacionales. . Dando importancia a los carnavales de los rojos y a la feria del maíz importantes en el proyecto de desarrollo de esta tesis.

TABLA 35. Plan de acción, promoción y marketing turístico para Buesaco

PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO: PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO PARA BUESACO					
ACTIVIDAD	INDICADOR	META	LÍNEA BASE	PERIODO DE CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE
Crear campañas publicitarias del turismo en Buesaco vía internet	Página web creada actualizada/ pagina web propuesta	Una página web creada actualizada	0%	3 meses	Oficina de dirección de turismo
	Hosting de la página alcaldía funcionando/ Hosting de la página alcaldía propuesto	Un hosting en la página web de la alcaldía	0%	2 meses	Oficina de dirección de turismo
	Redes sociales creadas y actualizadas / Redes sociales propuestas	2 redes sociales creadas y actualizadas	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo
Instituir la promoción de servicios turísticos de Buesaco	guía turística de servicios y productos turísticos creada / guía turística de servicios y productos propuestas	Creación y actualización de la guía turística de servicios y productos	0%	2 años	Oficina de turismo y junta de empresarios turísticos
Organizar campañas publicitarias en televisión	Numero de campañas emitidas/ número de campañas programadas	18 propagandas en canales locales del municipio de pasto	0%	2 años	Oficina de turismo
	Programas emitidos/ programas programados	4 programas dedicados al turismo en Buesaco	0%	2 años	Oficina de turismo
Generar campañas publicitarias en emisoras de radio	Campañas radial realizadas/campañas de programadas	18 campañas de publicidad radial emitidas en frecuencia AM y FM	0%	2 años	Oficina de turismo
Inclusión en revistas turística.	publicaciones en revistas turísticas / publicaciones propuestas	2 números de publicaciones en revistas turísticas	0%	2 años	Oficina de turismo

FUENTE: Esta investigación. 2014

Tercer objetivo estratégico

Fortalecimiento de la infraestructura turística.

La infraestructura turística es la que da buena imagen el municipio y es la que jalona el turismo, para este objetivo se ha propuesto las siguientes estrategias.

Actividad

1. Seguimiento al plan de saneamiento básico (Alcantarillado y acueducto)

Se busca adelantar reuniones de seguimiento al componente de saneamiento básico, con el fin de mejorar los sistemas de alcantarillado y acueducto, además, hacer llegar los reclamos a los entes encargados por parte de los usuarios alrededor del turismo con el fin de mejorar el sistema

2. Embellecer el paisaje de las fachadas administrativas

La principal manera de impactar al turista es teniendo al menos una buena presentación en cada una de las dependencias gubernamentales; para ello se ha propuesto al menos pintar la fachada de cada edificio, con lo cual daremos una buena imagen de presentación a la cabecera municipal.

3. Capacitar en primeros auxilios a los prestamistas de servicios turísticos

Como se observó en la infraestructura turística, el centro de salud es una de las buenas caras que tiene el municipio, es por esta razón que se hace necesario la capacitación en primeros auxilios por parte de ella a los diferentes responsables de los atractivos y servicios turísticos para brindar una mayor y mejor atención, junto a lo anterior, ayudar a la dotación de los implementos para la prestación de los primeros auxilios.

4. Señalizar y delimitar de los senderos ecológicos.

Como se observa en cualquier Parque Nacional Natural la señalización para el turista es de suma importancia, por lo cual se hará una señalización de cada uno de los atractivos, además se señalizará la forma de llegada a cada corregimiento. Además, se hace necesaria en los atractivos turísticos naturales la creación y mejoramiento de los senderos, con lo cual no se perturbará y se observará de mejor manera los atractivos de flora y fauna.

5. Embellecer granjas cafeteras

Como se ha identificado en anteriores capítulos de esta tesis, el principal producto económico que tiene Buesaco es el café, por ello se pretende adelantar un proyecto de mejoramiento y que en un futuro se tenga unas fincas que sean de orgullo para mostrar al turista. Se pretende comenzar con la adecuación de 3 fincas alrededor del municipio.

TABLA 36. Plan de acción, fortalecimiento de la infraestructura turística.

PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO: FORTALECIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	META	LÍNEA BASE	PERIODO DE CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE
Seguimiento al plan de saneamiento básico (alcantarillado y acueducto)	Reuniones de realizadas/ reuniones programadas	4 reuniones de seguimiento al componente de saneamiento básico	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo, la asociaron de turismo de Buesaco y Acuabuesaco
Embellecer el paisaje de las fachadas administrativas	Números embellecimiento a fachadas de establecimientos administrativos/número programado de embellecimiento a fachadas de establecimientos administrativos	Embelllecimiento de fachada a 10 establecimientos administrativos locales	0%	6 meses	Administración municipal y oficina de dirección de turismo
Capacitar en primeros auxilios a los prestamistas de servicios turísticos	Capacitaciones realizadas en primeros auxilios en dos años/ capacitaciones programadas en primeros auxilios en dos años	4 capacitaciones en primeros auxilios en dos años	0%	2 años	Centro de salud y oficina de dirección de turismo
Señalar y delimitar de los senderos ecológicos.	Señalización los sitios turísticos colocados / señalización de sitios turísticos propuestos	Señalizar el 100% de los sitios turísticos principales	46%	3 meses	Oficina de dirección de turismo
	Señalización de vías principales colocadas / señalización de vías propuestas	Señalizar las 20 vías del municipio	0%	5 meses	Oficina de dirección de turismo
Embellecer granjas cafeteras	Numeras de fincas adecuadas/ número total de fincas adecuadas	Adecuación de tres fincas cafeteras	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo y administración municipal

FUENTE: Esta investigación 2014

Cuarto objetivo estratégico

Formación para el turismo competitivo.

La educación hacia una cultura de desarrollo económico y social a partir del turismo es una prioridad en este proyecto, para ellos es necesario reforzar y crear una identidad al buesaqueño para que pueda vender a su municipio como un producto de calidad. Para ellos se ha propuesto las siguientes estrategias

Actividad

1. Instituir el programa de amigos del turismo del vice ministerio del turismo.

Inscribir a Buesaco, en el Programa de Colegios “Amigos del Turismo” promovido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo – Vice ministerio de Turismo. El cual busca formar estudiantes sensibilizados frente a la importancia y los riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos del turismo, generando un conocimiento y una aplicación de la ética para el sector, que forje una sociedad capaz de enfrentar y actuar ante sí misma y ante otras sociedades con responsabilidad. Se pretende hacer una prueba piloto con la inscripción de la institución colegio Rafael Uribe Uribe.

2. Generar alianzas estratégicas de educación entre las universidades, Sena y Comfamiliar de Nariño.

Se pretende generar una formación técnica alrededor del turismo, que va dirigido a bachilleres, creando el programa de “Auxiliar en Turismo” que genere una adecuada capacitación para la prestación de servicios turísticos; con énfasis en el Ecoturismo y la sostenibilidad del medio ambiente

3. Organizar campeonatos deportivos relámpagos intermunicipales.

De micro fútbol, voleibol y básquetbol, con lo cual se fomenta la calidad educativa alrededor del deporte y además se genera ingresos al municipio en épocas de austeridad turística.

4. Crear campañas ecológicas y culturales.

Donde se reforzara valores ecológicos y se tenga apropiación de cada uno de los baluartes culturales que tiene el municipio, se hará en concordancia con la oficina de cultura y está contemplado dentro del Plan de Desarrollo, además, colocar a los 50 botes de basura en la cabecera municipal y 50 botes de basura en los principales sitios turísticos, también sembrar 400 árboles en los nacimientos de agua.

5. Generar campañas de capacitación a la comunidad.

Es importante que se genere una cultura hacia el turismo, ya que el turista no solamente visita los sitios turísticos, sino también mira la amabilidad de su gente, el trato al extraño es de suma importancia y los principales destinos turísticos del mundo tiene una cultura arraigada a la buena atención del turista a partir de todos los ángulos.

TABLA 37. Formación para el turismo competitivo

PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO: FORMACIÓN PARA EL TURISMO COMPETITIVO.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	META	LÍNEA BASE	PERIODO DE CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE
Instituir el programa de amigos del turismo del viceministerio del turismo	Inscripción de la institución educativa	Inscripción de la institución colegio Rafael Uribe Uribe	0%	2 años	Junta asociativa de turismo y oficina de dirección de turismo municipal
Generar alianzas estratégicas de educación entre las universidades, SENA y Comfamiliar de Nariño.	Numero de alianzas estratégicas realizadas de educación / número de alianzas estratégicas propuestas de educación	3 alianzas estratégicas propuestas de educación	0%	1 año	Junta asociativa de turismo y oficina de dirección de turismo municipal
Organizar campeonatos deportivos relámpagos intermunicipales	Campeonatos realizados/campeonatos propuestos	6 campeonatos deportivos relámpagos intermunicipales	0%	2 años	Secretaria de cultura y deporte y la oficina de dirección municipal de turismo
Crear campañas ecológicas y culturales	Campañas realizadas/campañas de programadas	3 campañas de educación ecológica y 3 campañas de conservación de recursos culturales	0%	2 años	La oficina de cultura, la oficina de dirección turística y secretaria de cultura
	Numero de botes de basura colocados / número de botes de basura propuestos	100 botes de basura colocados	0%	8 meses	Administración municipal
	Arboles sembrados/arboles propuestos a sembrar	400 árboles sembrados en nacimiento de	0%	8 meses	administración municipal

		agua			
Generar campañas de capacitación a la comunidad	Capacitaciones realizadas/ capacitaciones propuestas	4 capacitaciones a la comunidad sobre cultura turística a la comunidad en general	0%	2 años	Oficina de dirección de turismo

FUENTE: Esta investigación. 2014

Quinto objetivo específico

Esparcimiento y acceso a la información

Con este objetivo se busca garantizarle al turista una buena prestación de los servicios que según la encuesta realizada son deficientes como es el acceso a la información y el esparcimiento nocturno.

Estrategias

1. Gestionar el acceso a internet y televisión.

Se pretende que la administración permita y gestione el acceso al municipio de empresas de nombre nacional prestadoras de los servicios de internet y televisión

2. Tramitar el acercamiento con empresas privadas alrededor del esparcimiento nocturno.

Se haga el acercamiento con empresas privadas que estén alrededor del el esparcimiento nocturno como son Bavaria y la licorera de caldas.

TABLA 38. Esparcimiento y acceso a la información.

PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO: ESPARCIMIENTO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	META	LÍNEA BASE	PERIODO DE CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE
Gestionar el acceso a internet y televisión	Numero de alianzas comerciales	2 alianzas con prestadores de servicios	0%	1 año	Administración municipal y asociación municipal de turismo
Tramitar el acercamiento con empresas privadas alrededor del esparcimiento nocturno	Número de convenios realizados/ número de convenios propuestos	2 convenios de esparcimiento nocturno	0%	1 año	Administración municipal y asociación municipal de turismo

FUENTE: Esta investigación. 2014

4.4.1 PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACCIÓN TURÍSTICO

Se ha realizado un presupuesto del costo que se invertirá en la ejecución del plan de acción turístico de Buesaco, de acuerdo a cada una las acciones y actividades propuestas.

TABLA 39. Presupuesto del plan de acción turístico

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO
PRIMER OBJETIVO ESTRATÉGICO	
Creación de la asociación municipal de turismo	\$ -
Instaurar la dirección municipal de turismo.	\$ 7,580,000.00
Formar alianzas estratégicas entre el sector público y privado	\$ -
Gestionar apoyo con la gobernación y el viceministerio	\$ -
Promover la conectividad entre el empresario y la superestructuras	\$ 6,500,000.00
Crear el banco de datos turísticos del municipio.	\$ 2,400,000.00
Llegada de la policía de prevención y educación ciudadana	\$ 3,500,000.00
Seguimiento del plan de desarrollo donde se refiera al turismo.	\$ -
SEGUNDO OBJETIVO ESTRATÉGICO	
Crear campañas publicitarias del turismo en Buesaco vía internet	\$ 2,543,400.00
Instituir la promoción de servicios turísticos	\$ 5,600,000.00
Organizar campañas publicitarias en televisión	\$ 14,200,000.00
Generar campañas publicitarias en emisoras de radio	\$ 3,600,000.00
Inclusión en revistas turística.	\$ 1,000,000.00
TERCER OBJETIVO ESTRATÉGICO	
Seguimiento al plan de saneamiento básico (alcantarillado y acueducto)	\$ -
Embellecer el paisaje de las fachadas administrativas	\$ 20,000,000.00
Capacitar en primeros auxilios a los prestamistas de servicios turísticos	\$ 10,000,000.00
Señalizar y delimitar de los senderos ecológicos.	\$ 17,400,000.00
Embellecer granjas cafeteras	\$ 35,000,000.00
CUARTO OBJETIVO ESTRATÉGICO	
Instituir el programa de amigos del turismo del viceministerio del turismo	\$ -
Generar alianzas estratégicas de educación entre las universidades, SENA y Comfamiliar de Nariño.	\$ 15,000,000.00
Organizar campeonatos deportivos relámpagos intermunicipales	\$ 18,000,000.00
Generar campañas de capacitación a la comunidad	\$ 4,982,400.00
Crear campañas ecológicas y culturales	\$ 7,895,000.00
QUINTO OBJETIVO ESTRATÉGICO	
Gestionar el acceso a internet y televisión	\$ 2,000,000.00
Tramitar el acercamiento con empresas privadas alrededor del esparcimiento nocturno	\$ 1,800,000.00
TOTAL	\$ 179,000,800.00

FUENTE: Esta investigación.

4.4.2 Cronograma De Actividades.

En cuanto a la ejecución en el tiempo se plantea que como máximo se alcance un indicador de 100% al termino de 2 años, el tiempo de ejecución de cada actividad varía de acuerdo a lo complicada de cada una y en el caso de las reuniones y

capacitaciones por que se harán a lo largo del tiempo es por eso que solo se alcanzará a cumplir el indicador al finalizar el periodo de los dos años.

TABLA 40. Cronograma de actividades para el plan de acción turístico 2014 - 2016

ACTIVIDAD	MES																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
PRIMERO OBJETIVO ESTRATÉGICO																									
Creación de la asociación municipal de turismo																									
Instaurar la dirección municipal de turismo.																									
Formar alianzas estratégicas entre el sector público y privado																									
Gestionar apoyo con la gobernación y el viceministerio																									
Promover la conectividad entre el empresario y la superestructuras																									
Crear el banco de datos turísticos del municipio.																									
Seguimiento del plan de desarrollo donde se refiera al turismo.																									
Llegada de la policía de prevención y educación ciudadana																									
SEGUNDO OBJETIVO ESTRATÉGICO																									
Crear campañas publicitarias del turismo en Buesaco vía internet																									
Instituir la promoción de servicios turísticos																									
Organizar campañas publicitarias en televisión																									
Generar campañas publicitarias en emisoras de radio																									
Inclusión en revistas turística.																									
TERCER OBJETIVO ESTRATÉGICO																									
Seguimiento al plan de saneamiento básico (alcantarillado y acueducto)																									
Embellecer el paisaje de las fachadas administrativas																									
Capacitar en primeros auxilios a los prestamistas de servicios turísticos																									

4.4.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TABLA 41. Fuentes de financiamiento

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO	fuentes de financiación				posibles fuentes de financiamiento
		administración municipal	cofinanciación departamental	cofinanciación nacional	otras fuentes	
PRIMER OBJETIVO ESTRATÉGICO						
Creación de la asociación municipal de turismo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Instaurar la dirección municipal de turismo.	\$ 7,580,000.00	\$ 5,912,400.00	\$ 1,667,600.00			Administración municipal y administración departamental.
Formar alianzas estratégicas entre el sector público y privado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gestionar apoyo con la gobernación y el viceministerio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Promover la conectividad entre el empresario y la superestructuras	\$ 6,500,000.00	\$ 2,500,000.00	\$ 2,000,000.00		\$ 2,000,000.00	administración municipal, administración departamental, Fontur, Bancoldex y Findeter
Crear el	\$	\$				administrac

banco de datos turísticos del municipio.	2,400,000.00	2,400,000.00				ión municipal
Seguimiento del plan de desarrollo donde se refiera al turismo.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Llegada de la policía de Prevención y Educación Ciudadana	\$ 3,500,000.00	\$ 3,500,000.00				administración municipal
SEGUNDO OBJETIVO ESTRATÉGICO						
Crear campañas publicitarias del turismo en Buesaco vía internet	\$ 2,543,400.00	\$ 1,250,300.00	\$ 708,300.00		\$ 584,800.00	universidad de Nariño, Universidad Mariana, Fontur
Instituir la promoción de servicios turísticos	\$ 5,600,000.00	\$ 3,250,000.00			\$ 2,350,000.00	universidad de Nariño, Universidad Mariana, Fontur
Organizar campañas publicitarias en televisión	\$ 14,200,000.00	\$ 8,560,000.00	\$ 2,980,000.00		\$ 2,660,000.00	universidad de Nariño, Universidad Mariana, Fontur
Generar campañas publicitarias en emisoras de radio	\$ 3,600,000.00	\$ 2,975,000.00	\$ 356,000.00		\$ 269,000.00	universidad de Nariño, Universidad Mariana, Fontur
Inclusión en revistas turística.	\$ 1,000,000.00		\$ 1,000,000.00			administración departamental
TERCER OBJETIVO ESTRATÉGICO						
Seguimiento al plan de saneamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	

o básico (alcantarillado y acueducto)						
Embellecer el paisaje de las fachadas administrativas	\$ 20,000,000.00	\$ 10,000,000.00			\$ 10,000,000.00	cofinanciando y buscando apoyo de empresa privada buesqueña y departamental, además el trabajo se realizara con los mismo trabajadores de la administración
Capacitar en primeros auxilios a los prestamistas de servicios turísticos	\$ 10,000,000.00	\$ 5,000,000.00			\$ 5,000,000.00	administración municipal y puesto de salud de Buesaco Estado Virgen de Lourdes
Señalizar y delimitar de los senderos ecológicos.	\$ 17,400,000.00	\$ 12,630,850.00			\$ 4,769,150.00	Comfamiliar de Nariño y administración municipal
Embellecer granjas cafeteras	\$ 35,000,000.00			\$ 15,000,000.00	\$ 20,000,000.00	federación de cafeteros, federación de cafeteros de Nariño ONG de

						desarrollo sostenible
CUARTO OBJETIVO ESTRATÉGICO						
Instituir el programa de amigos del turismo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Generar alianzas estratégicas de educación entre las universidades, Sena y Comfamiliar de Nariño.	\$ 15,000,000.00	\$ 6,250,000.00	\$ 2,500,000.00		\$ 6,250,000.00	administración municipal, administración departamental, Universidades, Sena, Comfamiliar de Nariño y ONG
Organizar campeonatos deportivos relámpagos intermunicipales	\$ 18,000,000.00	\$ 5,600,000.00	\$ 2,350,000.00		\$ 10,050,000.00	Administración local y departamental, Comfamiliar de Nariño, empresa privada de Buesaco y de Nariño
Crear campañas ecológicas y culturales	\$ 7,895,000.00	\$ 3,395,000.00	\$ 2,500,000.00		\$ 2,000,000.00	administración municipal, administración departamental, empresa privada
QUINTO OBJETIVO ESTRATÉGICO						
Gestionar el acceso a internet y televisión	\$ 2,000,000.00	\$ 350,000.00			\$ 1,650,000.00	administración municipal y empresa privada dedicada a

						la prestación de estos servicios
Tramitar el acercamiento con empresas privadas alrededor del esparcimiento nocturno	\$ 1,800,000.00	\$ 250,000.00			\$ 1,550,000.00	administración municipal, Bavaria y licorera de caldas
TOTAL	\$ 172,218,400.00	\$ 73,823,550.00	\$ 16,061,900.00	\$ 15,000,000.00	\$ 69,132,950.00	

FUENTE: Esta investigación.

4.5 ESTIMATIVO DE LOS POSIBLES EFECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE TRAERÍA IMPLEMENTAR EL PLAN DE TURISMO.

4.5.1 Económicos.

Con el Plan de Acción turístico se espera que se genere una activación de la economía en un 30% al final del tiempo estipulado, es decir, que en la actualidad llegan al municipio 26.140 turistas que generan unos ingresos anuales brutos de \$1.513.636.700 pesos, con la puesta en marcha del Plan de Acción Turístico y sus estrategias se incrementarían en el primer año un 15% de turistas (30.061 personas) y a unos ingresos de \$1.769.112.395.75 pesos, aumentando \$255.475.695 pesos; para el segundo año se espera que lleguen 33.982 turistas que traerán consigo \$2.032.004.663 pesos cumpliendo la meta del 30% (esta meta se la estima ya que el crecimiento de salidas de turistas de Pasto anualmente es del 15%).

TABLA 42. Efectos económicos para Buesaco

LLAGADA DE TURISTAS		INCREMENTO DE TURISTAS	INGRESOS BRUTOS	INCREMENTO DE INGRESOS
Actual	26140		\$	
			1,513,636,700.00	
Año 1	30061	3921	\$ 1,769,112,395.75	\$ 255,475,695.75
Año 2	33982	3921	\$ 2,032,004,663.00	\$ 262,892,267.25

FUENTE: Esta investigación. 2014

4.5.1.1 Empleo.

Directos.

Actualmente el municipio de Buesaco genera 119 empleos directos alrededor del turismo entre los que se encuentran el trabajo en hoteles, restaurantes, transporte, parque Cañón del Juanambú, en las atracciones de aventura y recreacionales, museo, guías, etc.

También se sabe el número de turista en el últimos año fue de 26.140, con estos datos es posible afirmar que cada turista necesita de 0.0045241 empleados a su disposición, como se explicó anteriormente se espera que en el primer año se incremente el turismo en un 15%, lo que conllevaría a que se empleen 137 personas y para el segundo año cumplir con la meta de incremento de 30% lo que conlleva a tener un total de 155 empleados y recibir a 33.982 turistas.

A todo esto se le debe sumar también los encargados de la oficina de dirección de turismo que son 2 personas que contarán con los ingresos estipulados por ley Indirectos

Son todas las personas que de una o de otra manera se benefician por la actividad de turismo, por ejemplo, los vendedores ambulantes, las tiendas, variedades, personas en construcción, etc. Que es muy difícil de contar.

Al igual que el empleo directo estos se van a ver favorecidos por el incremento de turistas en la región. Y que tomarán parte de eso ingresos brutos, lo que conlleva a una mejor calidad de vida.

4.5.1.2 Ingresos.

4.5.1.2.1 Población.

Según la investigación realizada por este proyecto de tesis, cada uno de los 119 empleados alrededor del turismo recibe en promedio mensual \$399.750 pesos

mensuales, alcanzando al año \$4.797.000, en general se paga \$570.843.000 por año. Al acogerse al Plan se espera la legalidad y de la misma manera ir alcanzando la meta de pagar salarios mínimos. Es así, que para el término del primer año se terminen pagando \$853.410.285 pesos, lo que genera un salario de \$519.675 pesos. Es decir que se pague \$119.925 más por cada trabajador. De la misma manera finalizado el segundo año se espera que cada empleado incremente \$39.975 pesos más en el primer año.

TABLA 43. Pronostico de empleo para el plan de acción turístico de Buesaco

EMPLEO	NO DE TURISTAS	EMPLEADOS TURÍSTICOS	PROMEDIO EMPLEADO POR TURISTA	PAGO A EMPLEADOS	INGRESOS ANUAL POR EMPLEADO	INGRESO MENSUAL POR EMPLEADO
Actual	26140	119	0.00455241	\$ 570,843,000.00	\$ 4,797,000.00	\$ 399,750.00
Año 1	30061	137	0.00455241	\$ 853,410,285.00	\$ 6,236,100.00	\$ 519,675.00
Año 2	33982	155	0.00455241	\$ 1,038,934,260.00	\$ 6,715,800.00	\$ 559,650.00

FUENTE: Esta investigación. 2014.

4.5.1.2.2 Administración Municipal.

Es importante tener en cuenta a la administración municipal, ya que con este plan se incrementaran los ingresos para que el municipio, en la actualidad el municipio está percibiendo \$32.694.553 pesos, ya que solamente se encuentran constituidas 9 empresas legalmente; se espera que las empresas que quieran acoger los beneficios del plan tiene que estar en la legalidad por ello se espera que la gran mayoría se acojan junto a la nueva entrada de empresas. Para el primer año se espera que se creen legalmente 10 empresas y para el segundo otras 9 entre nuevas y ya funcionando. Esta entrada a la legalidad deja al municipio \$2.742.675 pesos y para el segundo año \$2.461.375 pesos; a más de esto, el pago de impuestos actualmente solo genera \$32.694.553 pesos con la aplicación del plan se espera que se genere para el primer año ingresos de impuestos por valor de \$70.149.152 pesos, para el segundo año \$105.039.010 pesos. Que se pondrán a disposición de la administración municipal.

TABLA 44. Ingresos a la administración municipal de Buesaco

NO DE EMPRESAS	NO DE TURISTAS	NO DE EMPRESAS	PROMEDIO DE EMPRESAS POR TURISTA	INGRESOS LEGALIZACIÓN DE EMPRESAS	IMPUESTOS POR CREACIÓN	IMPUESTOS PARA EL MUNICIPIO	TOTAL
Actual	26140	25	0.000956389	9	\$ -	\$ 32,694,553	\$ 32,694,553
Año 1	30061	29	0.000956389	10	\$ 2,742,675	\$ 70,149,152	\$ 72,891,827
Año 2	33982	33	0.000956389	9	\$ 2,461,375	\$ 105,039,010	\$ 107,500,385

FUENTE: Esta investigación. 2014

4.5.2 Sociales.

4.5.2.1 Infraestructura.

Los efectos sociales que trae consigo la implementación del Plan Turísticos son en primer lugar la infraestructura, ya que para atraer turistas se necesita un buen sistema de vías, Con la dirección de turismo se pretende tener seguimiento y control a la calidad de todas las vías; además acudir a las instancias necesarias para garantizar el buen funcionamiento de ellas.

De la misma manera esta la infraestructura de espacios deportivos como el estadio departamental y los polideportivos, los cuales son fundamentales en el desarrollo turístico y es necesario que se mantengan en el mejor estado.

En cuanto al espacio administrativo local, el embellecimiento de la infraestructura generar espacios agradables de convivencia haciendo más fácil la integración entre lo administrativo y la comunidad.

4.5.2.2 Servicios Públicos.

Para una óptima prestación del servicio turístico se requiere una buena calidad del saneamiento básico, con la oficina de dirección turística y la asociación municipal de turismo se genera espacios para la evaluación y mejoramiento de los sistemas de acueducto, alcantarillado y recolección de basuras, ya que se abren espacios de control por parte de la comunidad a cada uno de los servicios prestados.

En cuanto a los servicios de comunicación el Plan turístico estipula una serie de reuniones con los prestadores de servicios de televisión e internet, para que proporcione al municipio una mejor conectividad, generando bienestar no solamente al turista sino que a la comunidad en general.

4.5.2.3 Defensa Y Seguridad.

Para garantizar la seguridad al viajero, la estrategia contiene un plan de seguridad turística, lo que conlleva a generar espacios de sana convivencia con la llegada de la policía de prevención y educación ciudadana, generando seguridad al residente de Buesaco, además del desarrollo del recurso humano.

4.5.2.4 Capacitación.

De la misma forma, las empresas que realizan la actividad turística no siempre reciben el recurso humano más adecuado; además, el uso de nuevas tecnologías de los servicios turísticos exige la actualización y recalificación del personal dedicado a la actividad. Por ello, la formación del recurso humano debe ser un compromiso tanto de los empresarios para garantizar altos estándares de calidad, como del SENA, universidades, Comfamiliar de Nariño y de las autoridades regionales que deben implementar políticas para sensibilizar a sus habitantes sobre la importancia del turismo para su desarrollo. Todo esto conllevando al desarrollo humano en general.

4.5.2.5 Medio Ambiente.

En medio de un mundo globalizado donde ya cambia los paradigmas económicos hacia una economía sostenible, se busca que generaciones futuras disfruten lo que en la actualidad se disfruta. Para ello el Plan de Turismo propicia espacios ambientales de sostenimiento de los nacimientos de agua y también cuidar el ambiente libre de basuras lo que crea bienestar para toda la comunidad.

4.5.2.6 Sentido De Pertenencia.

Con la adecuada implementación del plan turístico, el habitante Buesaqueño valora sus diferentes atractivos turísticos tanto naturales como culturales por lo cual manifestara su sentido de pertenencia, de tal manera que se convierta en un promotor y defensor de su región.

CONCLUSIONES

A pesar que las políticas de turismo en Colombia tiene mayor interés hacia los polos de desarrollo turístico como Cartagena, Santa Marta, Barranquilla, Eje Cafetero, San Andrés, Bogotá, Medellín, Cali y Manizales; también abre la puerta para que los entes territoriales entren a formular productos turísticos con la ayuda del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, FONTUR Y Cooperación Internacional, con el fin de que se fusione tanto la cultura, el medio ambiente y la generación de ingresos esto para crear entradas adicionales de dinero a la población más pobre.

El turismo en Nariño es una actividad insipiente como se demuestra en la investigación; la gobernación de Nariño en cabeza de la oficina de turismo departamental debería enfocar esfuerzos para el desarrollo de esta actividad, sin embargo es la entidad que menos apoya al desarrollo de este, ya que en primer lugar lo hace la empresa privada seguida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El mercado que atrae Buesaco está en el rango de edad de 25 a 40 años, los cuales ya tiene una familia (grupos de tres o más personas) y son poseedores de ingresos económicos fijos, por lo que se deduce que la actividad turística del municipio es rentable, además el número promedio de días que se queda el turista es de 4.5 días en los cuales gasta \$64.210 pesos por día.

A pesar de que el municipio de Buesaco es contiguo a la capital nariñense, la infraestructura vial es una de las mas nuevas del departamento, la seguridad mejoro en la última década (no hay cultivos ilícitos), tiene el segundo mejor clima del mundo y el primero de sur América y en especial sus atracciones turísticas son únicas en el departamento tan solo el 45.5% de la población de Pasto lo ha visitado alguna vez; esto se debe a inexistencia de un Plan de Desarrollo Turístico Municipal que explote todas las ventajas y genere una demanda a largo plazo. Se plantea que con la presente investigación y el Plan de Acción se dará al municipio un incremento de la demanda turística en el corto plazo de 30% adicional.

La presente investigación permitirá mediante estrategias de mercadeo que el turista que únicamente conoce a Buesaco como un sitio donde se consigue un producto turístico a precios módicos también lo conozcan por la aventura, la cultura y el medio ambiente, logrando que día a día se incremente el número de visitantes a Buesaco. Lo cual conllevara a que el municipio se convierta en un polo de desarrollo turístico en Nariño.

Una conclusión importante que se miro en el desarrollo de este trabajo es que el municipio de Buesaco a través de la buena implementación de este plan de acción turístico acarreará consigo un mayor crecimiento económico tanto para las

personas como para la administración del mismo y como es lógico esto traerá una mejor calidad de vida para los habitantes haciendo que se de un mejor desarrollo social en la comunidad.

RECOMENDACIONES

Para el municipio de Buesaco es importante la creación de La Asociación de Turismo Municipal y La Dirección de Turismo de Buesaco que tengan como misión y visión el buen manejo y apropiación de todo lo referente al turismo del municipio. Estas dos dependencias son el corazón del presente Plan de Acción Turístico los cuales formularan y gestionaran proyectos turísticos de la región; además harán seguimiento, control y evaluaran todo lo relacionado al turismo en Buesaco.

Se debe buscar atraer un número mayor de visitantes a través de campañas de promoción más intensivas; según el estudio de la demanda el promedio de días que salen los turistas de Pasto es de 7.8 y gasta en promedio \$64.210,25 pesos por día, lo cual indica que si se atrae más visitantes se tendrá un impacto económico más grande en la región.

A través de los diferentes medios de comunicación hay que dar a conocer los lugares y las actividades que se realizan en Buesaco, dando mayor importancia a aquellas actividades que los visitantes desconocen; como son: los deportes extremos, festividades y sitios de la guía turística del municipio, esto sin duda despertara el interés de un número mayor de turistas lo que se verá reflejado en un mayor número de visitantes trayendo consigo beneficios económicos y sociales para el municipio.

Debido a la importancia en la actualidad de manejar las políticas ambientales adecuadamente. Se pretende que el medio ambiente que se disfruta en la actualidad se pueda conservar y mejorar para futuras generaciones; por lo anterior se debe implementar las granjas y las caminatas ecológicas e históricas para que así se cree una conciencia verde al turista que ayude a la conservación del medio ambiente, también se tienen que realizar campañas de sensibilización a los habitantes del municipio que generen conciencia ambiental para cuidar los diferentes patrimonios ecológicos de Buesaco.

En términos generales se tiene que dar cumplimiento al máximo de cada uno de los puntos del Plan de Acción Turístico que se ha planteado en esta tesis, ya que este se llevo a cabo con líderes de la región, los diferentes organismos de gobierno (alcaldía, gobernación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre otros), entes privados como el comercio local y la ONG Mercy Corps, la población de san Juan de Pasto, historiadores de la región, etc. Cada unos dio diferentes aportes vistos desde la realidad de la región y con el fin de que el municipio de Buesaco salga adelante como un sitio prospero y de ejemplo para la región y el país, todo partiendo del desarrollo turístico.

Se debe prestar una mayor y mejor capacitación para los servicios turísticos en el municipio de Buesaco, para que así todas las personas que estén dentro de esta actividad en el municipio generen la mejor impresión tanto en atención como en organización y administración de estos servicios turísticos hacia los visitantes lo que se desencadenara en un buen punto de partida para atraer cada vez mas y mas turistas.

BIBLIOGRAFÍA

CISNEROS. Lourdes, Antecedentes histórico del turismo, de La Habana, Cuba, 2007

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL (COMPES), República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación 2013

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA de 1991

CUENTAS SATÉLITE DEL TURISMO: recomendaciones sobre el marco conceptual, publicación de las Naciones Unidas, Luxemburgo, Paris, Madrid, new york, año de publicación 2001. Editorial de las naciones unidas,

DE MATTOS. Carlos A. Modelos de Crecimiento Económico Endógeno y Divergencia Interregional, Nuevos Caminos para la Gestión Regional. Instituto de Estudios Urbanos. Pontificia Universidad Católica de Chile. 1996

DOCUMENTO COMPES 3397. POLÍTICA SECTORIAL DE TURISMO

DOCUMENTO COMPES 3640. LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS

GAGO. Alberto. Planificación y Desarrollo Regional. Debate sobre conceptos de desarrollo

ICCA StatisticsReport, 2007

ICCA, the International Association Meetings Market 2007

METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, año publicación 2010.

PANORAMA OMT del turismo internacional, edición 2012.

PLAN DE DESARROLLO DE NARIÑO 2012 – 2013

PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2006 - 2010

PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2010 – 2014

PLAN DESARROLLO MUNICIPAL DE BUESACO, periodo 2012 – 2015.

PLAN DESARROLLO TURÍSTICO DE NARIÑO. Fondo de promoción turística de Colombia, plan de desarrollo turístico de Nariño, julio de 2012

Registro Nacional de Turismo (RNT), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. edición 2013, 2012, 2011.

NETGRAFIA

BIBLIOTECA Wiki pedía. :http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia, Fecha de consulta: 02 de Enero de 2013

EL ESPECTADOR. <http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articulo-293379-de-narino-taza>, 21 de agosto de 2011, el espectador.com. Consulta: 29 de marzo 2013

GAVIRIA. Ríos. Mario Alberto. Aspectos Teóricos del Crecimiento Económico. En Línea: www.cibersociedad.net/congres2004. Fecha de Consulta: 23 de marzo 2013

MUNICIPIO DE BUESACO. <http://Buesaco.blogspot.com/2007/06/historia.html>

PEÑA. Sánchez. Antonio Rafael. Teoría del Desarrollo Regional por Etapas. Enciclopedia Virtual Interactiva. En Línea: www.urbared.EMVI.edu.ar Fecha de consulta: 02 de Noviembre de 2006

PUBLICACIONES EL TIEMPO. www.el tiempo.com Sección Viajar Fecha de publicación 16 de octubre de 2008



UNWTO WorldTourismBarometer - Barómetro OMT del Turismo Mundial <http://www.e-unwto.org/content/u872x15658620307/fulltext.pdf?page=1>; Fecha de Consulta: 23 de Abril 2013

ANEXOS

ANEXO 1. Formato de entrevista

<p>UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE ECONOMÍA</p> <p>No:</p> <p>ENTREVISTA DIRIGIDA A:</p> <p>OBJETIVO: Conocer la demanda turística que tiene la población de San Juan de Pasto sobre el municipio de Buesaco</p> <p>NOTA: la entrevista tendrá fines académicos exclusivos para la investigación a realizar</p>
<p>PREGUNTAS GENERALES</p> <p>¿Cuál es el cargo que desempeña en la actualidad?</p> <p>¿Cuál es la antigüedad en el cargo?</p> <p>¿Cuál es su profesión?</p>
<p>PREGUNTAS ESPECIFICAS</p> <ul style="list-style-type: none">• En su vida profesional ¿Qué tan importante cree que es la actividad turística?• ¿desde su cargo que hace o a echo por el municipio de Buesaco en favor del turismo?• ¿Qué cree que es lo más importante que tiene en la actualidad la actividad turística Buesaqueña?• ¿conoce políticas que anteriores administraciones han trabajado en la actividad del turismo?• ¿la actual administración municipal que se está haciendo para promover el turismo?• ¿la gobernación de Nariño y los ministerios encargados están haciendo suficiente esfuerzos por desarrollar el turismo en el departamento?• ¿cree que Buesaco, implementando un plan turístico, tendría mayor crecimiento o por el contrario es necesario que se refuerce otras áreas de desarrollo para el municipio?• ¿siendo un líder comunitario, usted cree que la población de Buesaco apoyaría generando espacios para la explotación del turismo?• ¿conoce casos en el que la actividad turística ha sido eje de desarrollo para un municipio de sexta categoría?• ¿cree que Buesaco tiene los suficientes recursos tanto económicos, sociales y naturales para atraer más población turista de Nariño y Colombia?• ¿cree que Nariño y en especial Buesaco pueda tener acogida turística internacional a parte del carnaval de negros y blancos?• ¿Qué productos turísticos debería explotar Buesaco para ser un parador turístico por excelencia de Nariño?• Desea agregar algo más a la siguiente entrevista

ANEXO 2. Formato de encuesta

	<p>UNIVERSIDAD DE NARAÑO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE ECONOMÍA</p>	
Encuesta No: _____		
<p>ENCUESTA DIRIGIDA A: los habitantes de la Ciudad de San Juan de Pasto...</p> <p>OBJETIVO: Conocer la demanda turística que tiene la población de San Juan de Pasto sobre el municipio de Buesaco.</p>		
<p>NOTA: la encuesta no recabará nombres, ni ubicaciones y tendrá fines académicos exclusivos para la investigación a realizar.</p>		
1. Sexo: _____		
2. Edad (años): 25 - 30 <input type="checkbox"/> 31 - 40 <input type="checkbox"/> 41 - 52 <input type="checkbox"/> 53 - 60 <input type="checkbox"/> más de 60 <input type="checkbox"/>		
3. Género: Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/>		
4. Ocupación: Estudiante <input type="checkbox"/> Trabajador <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Ama de casa <input type="checkbox"/> otro <input type="checkbox"/>		
¿Cuál? _____		
5. ¿Conoce el municipio de Buesaco? Si <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (si su respuesta es "NO", responda las preguntas número 6 y 7).		
6. ¿Estaría dispuesto a conocer un nuevo región para llevar a cabo actividades relacionadas con turismo? Si <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7. ¿Qué busca en un sitio para haber turismo?		
<ul style="list-style-type: none"> • CLIMA: Frio <input type="checkbox"/> Templado <input type="checkbox"/> Cálido <input type="checkbox"/> • Precio <input type="checkbox"/> Comodidad <input type="checkbox"/> Atención <input type="checkbox"/> • ATRACCIONES: Ambiental <input type="checkbox"/> Recreación <input type="checkbox"/> Religiosidad <input type="checkbox"/> Historia <input type="checkbox"/> Cultura <input type="checkbox"/> • Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ • DEPORTES: extensos <input type="checkbox"/> campestres <input type="checkbox"/> regatistas <input type="checkbox"/> • COMIDA: local <input type="checkbox"/> Nariñense <input type="checkbox"/> Colombiana <input type="checkbox"/> internacional <input type="checkbox"/> 		
8. ¿Cuáles son sus motivos de viaje (seleccionar los que correspondan)?		
BUESACO <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/>		
Vacaciones <input type="checkbox"/> Negocio <input type="checkbox"/> Estudios <input type="checkbox"/> Deporte <input type="checkbox"/> Religión <input type="checkbox"/> Familia o amigos <input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____		

9. ¿Qué tipo de actividad le gusta realizar o le gustaría en vacaciones?

Camping Jumping Caminata ecológica Fútbol Caminatas históricas
Canotaje baile Deportes extremos Carreras de autos Otro

¿Cuál? _____

10. Cuando sale de turismo, ¿viaja con?:

Solo pareja amigos familia grupo organizado

11. ¿En qué medio de transporte viaja/viaje (especifique su destino)?

BUESACO OTRO
Propio Bus público Bus agencia Taxi Otro

¿Cuál? _____

12. ¿Cuántos días por lo general permanece haciendo turismo (especifique su destino)?

BUESACO OTRO
1 día 2-4 día 5-7 d 2-3 semana 1 mes más de mes

¿Cuanto? _____

13. ¿Qué tan importante son los siguientes servicios? , calificando como 1 inferior y 5 superior,

Ducha con agua caliente: _____ Conservación de los recursos naturales: _____
Tl: _____ Seguridad: _____ Conservación de los recursos culturales: _____
Calidad de la comida: _____ Acceso a internet: _____ Aprender nueva experiencias: _____
Recreaciones acuáticas: _____ Transporte: _____ Vida nocturna: _____ Calidad humana: _____

13. ¿Qué cantidad de dinero ha gastado en turismo (especifique su destino)? (en miles de pesos col).

BUESACO OTRO
Hasta 100 100 - 300 301 - 500 501 -700 701 - 900
901 - 1 millón 1 millón - 2 millones 2 millones - 3 millones más de 3 millones

Desea agregar algo más a la encuesta.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 3. Ingresos del municipio de Buesaco

TABLA 45. Ingreso municipal de Buesaco, periodo 2012 – 2015.

ÍTEM	2012	2013	2014	2015
INGRESOS TOTALES	12,354,535,759	12,539,853,795	12,727,951,602	12,918,870,876
INGRESOS CORRIENTES	12,354,535,759	12,539,853,795	12,727,951,602	12,918,870,876
TRIBUTARIOS	591,355,773	600,226,110	609,229,501	618,367,944
Impuesto Predial unificado	169,375,078	171,915,704	174,494,440	177,111,856
Impuesto de Industria y Comercio	39,978,445	40,578,122	41,186,794	41,804,595
Avisos y Tableros	1,002,250	1,017,284	1,032,543	1,048,031
Publicidad Exterior Visual	100,000	101,500	103,023	104,568
Impuesto de Delineación planos y construcciones	3,180,000	3,227,700	3,276,116	3,325,257
Ocupación de vías	320,000	324,800	329,672	334,617
Impuesto de Espectáculos Públicos Municipal	600,000	609,000	618,135	627,407
Degüello de Ganado Menor	2,500,000	2,537,500	2,575,563	2,614,196
Sobretasa a la Gasolina	220,000,000	223,300,000	226,649,500	230,049,243
Estampillas	148,000,000	150,220,000	152,473,300	154,760,400
Estampilla para el bienestar del adulto mayor	110,000,000	111,650,000	113,324,750	115,024,621
Pro Cultura	38,000,000	38,570,000	39,148,550	39,735,778
Otros Ingresos Tributarios	6,300,000	6,394,500	6,490,418	6,587,774
NO TRIBUTARIOS	11,763,179,986	11,939,627,686	12,118,722,101	12,300,502,933
Tasas y Derechos	2,325,544	2,360,427	2,395,834	2,431,771
Multas y sanciones	2,000,000	2,030,000	2,060,450	2,091,357
Registro de Marcas y Herretes	100,000	101,500	103,023	104,568
Plaza de Ferias Plaza de Mercado	13,710,000	13,915,650	14,124,385	14,336,251
Alquiler de maquinaria y equipos	3,030,000	3,075,450	3,121,582	3,168,405
TRANSFERENCIAS	11,742,014,442	11,918,144,659	12,096,916,829	12,278,370,581
Transferencias para Funcionamiento	1,114,308,243	1,131,022,867	1,147,988,210	1,165,208,033
Trasferencias para Inversión	10,627,706,199	10,787,121,792	10,948,928,619	11,113,162,548
Sistema General de Participaciones Educación	870,646,711	883,706,412	896,962,008	910,416,438
S. G. P. Educación Recursos de calidad	540,000,000	548,100,000	556,321,500	564,666,323
S.G.P. Matriculas	143,703,000	145,858,545	148,046,423	150,267,120
Transferencias y Aportes Pensiones Educación FONPET	186,943,711	189,747,867	192,594,085	195,482,996
FONDO LOCAL DE SALUD	7,175,172,660	7,282,800,250	7,392,042,254	7,502,922,887
S. G. P. Salud Régimen subsidiado	2,083,000,000	2,114,245,000	2,145,958,675	2,178,148,055
S. G. P. Salud Salud Publica Oferta	127,080,350	128,986,555	130,921,354	132,885,174
Fondo de Solidaridad y Garantías FOSYGA	295,092,310	299,518,695	304,011,475	308,571,647
Fondo de Solidaridad y Garantías FOSYGA	4,670,000,000	4,740,050,000	4,811,150,750	4,883,318,011

Empresa Territorial para la Salud ETESA	38,000,000	38,570,000	39,148,550	39,735,778
Sistema General de Participaciones Alimentación Escolar	113,116,994	114,813,749	116,535,955	118,283,994
Sistema General de Participación para Agua Potable y Saneamiento Básico	880,429,699	893,636,144	907,040,687	920,646,297
Sistema General Forzosa Inversión de Participación Propósito General	1,588,340,135	1,612,165,237	1,636,347,716	1,660,892,931
SGP Deportes	65,239,048	66,217,634	67,210,898	68,219,062
SGP Cultura	48,929,286	49,663,225	50,408,174	51,164,296
SGP Libre Inversión	1,400,000,000	1,421,000,000	1,442,315,000	1,463,949,725
SGP Fonpet	74,171,801	75,284,378	76,413,644	77,559,848

FUENTE: Plan de desarrollo municipal. 2014

ANEXO 4. Egresos del municipio de Buesaco

TABLA 46. Egresos del municipio de Buesaco

PROYECTO	2,012	2,013	2,014	2,015
Dimensión poblacional	8,681,058,419	8,811,274,295	8,943,443,410	9,077,595,061
Componente vivamos bien...vivamos seguros	30,000,000	30,450,000	30,906,750	31,370,351
Componente todos y todas iguales	8,385,819,371	8,511,606,662	8,639,280,761	8,768,869,973
Componente más cultura...más deporte...más recreación	165,239,048	167,717,634	170,233,398	172,786,899
Componente Buesaco en la subregión productivo y competitivo	100,000,000	101,500,000	103,022,500	104,567,838
Dimensión territorial	2,253,477,340	2,287,279,500	2,321,588,693	2,356,412,523
Componente Buesaco ordenado, equitativo e incluyente	1,203,047,641	1,221,093,356	1,239,409,756	1,258,000,902
Componente Buesaco ambientalmente sostenible y previsorio	1,050,429,699	1,066,186,144	1,082,178,937	1,098,411,621
Dimensión administrativa	1,420,000,000	1,441,300,000	1,462,919,500	1,484,863,293
Componente buen gobierno, participativo y transparente	1,420,000,000	1,441,300,000	1,462,919,500	1,484,863,293
Gran total presupuesto dimensional	12,354,535,759	12,539,853,795	12,727,951,602	12,918,870,876

FUENTE: Plan de desarrollo municipal Buesaco. 2014

ANEXO 5. Clasificación de los bienes y atractivos

Es de suma importancia evaluar objetivamente los recursos y atractivos de uso turístico, los cuales se clasifican en dos grupos:

1. Patrimonio cultural.
2. Sitios naturales.

1. Patrimonio cultural: es el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales que se encuentran en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades, que a la vez conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria de un grupo colectivo humano

Dentro del patrimonio cultural se encuentran:

- 1.1. Patrimonio material: son todos los patrimonios que se puede percibir por su cuerpo físico, esta se dividen en dos grupos los bienes: los inmuebles y muebles. Los ejemplo de patrimonio material son:
 - territorios geográficos con recursos ambientales y naturales como hábitat humano
 - las manifestaciones físicas de la estructura productora y además las herramientas, utensilios, máquinas y objetos que apoyan a la vida productiva de los seres humanos.
 - las manifestaciones físicas de los procesos de poblamiento.
 - Los sistemas de transporte y obras de infraestructura (vías, caminos y puentes)
- 1.2. Patrimonio inmaterial: dentro de esta se encuentra las expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos; el conocimiento y practica sobre la naturaleza y el universo y la expresiones artísticas que se recrea continuamente en la sociedad, también se las puede denominar FOLKLORE, todas estas deben ajustar a estas características: la colectividad, la tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad.
- 1.3. Festividades y eventos: son eventos que se generan con contenido actual en las cuales la población es espectadora o actora.
- 1.4. Grupos de especial interés: es la valoración de las costumbres como un legado cultural que ofrecen las comunidades indígenas, comunidades negras y comunidades raizales; la decisión de participar en las actividades de turismo se resuelve por la misma comunidad.

2. Sitios naturales: son las áreas geográficas y los recursos naturales de importancia e interés para los turistas.

ANEXO 6. Componentes del inventario

Para unos buenos resultados en el inventario es necesario tener una buena organización en la cual se trabaja con una codificación especial para cada componente del inventario turístico; que contempla como máximo cinco componentes:

- Tipo de patrimonio
- Grupo
- Componente
- Elemento
- Listado de atractivos en orden alfabético.

Un ejemplo es un santuario de flora y fauna con nombre "X"; su código sería: 2.10.1.4.1 a lo que significa: Sitio Natural. Áreas protegidas. Sistemas de Parques Nacionales Naturales. Santuario de Flora y Fauna. Nombre del bien en orden alfabético "X"

ANEXO 7. Valoración de los atractivos turísticos

Para hacer la valoración de los atractivos turísticos se debe tener dos temas importantes:

1. Calidad
2. Significado

1. Calidad en la patrimonios culturales

Este varía de acuerdo al bien que se esté evaluando, la calificación será como máximo el 70% del total del puntaje asignable, para proceder con la valoración es necesario tener muy bien definido el paso anterior de codificación.

a. Patrimonio material:

- Estado de conservación: las mejores calificaciones las obtendrá el bien si no es modificado, si es restaurado dependerá del grado de restauración y de la calidad del mismo.
- Constitución del bien: técnicas y materiales utilizados en la construcción del bien, por ejemplo los materiales y técnicas que ya no son utilizadas o desaparecieron que merecen ser enfatizadas en la evaluación; de igual manera existen técnicas modernas que pueden valorarse por su particularidad o por sus avances tecnológicos.
- Representatividad: algunos elementos dan partida para hechos históricos, sociales o culturales.

b. Patrimonio inmaterial:

- Colectiva: en un hecho que se explota y se lo trasmite por ser común a un grupo humano.
- Tradicional: como su nombre se indica este es transmitida de generación en generación y su origen se pierde en el tiempo.
- Anónima: no se tiene un autor conocido y el momento de su creación por ser tan antiguo no se conoce.
- Espontanea: es una expresión que responde al modo natural, silencioso e ingenuo.
- Popular: es una expresión que representa la cotidianidad de las masas.

c. Festividades y eventos:

- organización de eventos: se relaciona con el nivel de organización del evento, el contenido del mismo, programación, cumplimiento y logística.
- Beneficios socioculturales para la comunidad: arraigo dentro de la comunidad, divulgación del folklore regional, promoción de la región y el nivel de integración comunitaria.

- Beneficios económicos locales: si genera ganancias económicas que se refleje en el bienestar de la comunidad y además la buena organización presupuestaria del evento.
- d. Grupos de interés:
- Respeto por las costumbres: se debe calificar la forma en la que se conserva su legado cultural.

2. Significado en patrimonios culturales

Se refiere al grado de aceptación y reconocimiento que tiene los atractivos, su calificación será del 30% como máximo del puntaje total de la valoración. Se califica con uno de los criterios y su calificación es excluyente. Y se determinara los siguientes aspectos: en primer lugar calificar el reconocimiento del bien o atractivo turístico en el ámbito local, regional, nacional o internacional. En segundo lugar determinar si el bien es recurso o es atractivo. En tercer lugar establecer acciones de diseño y caracterización del producto turístico del diseño. En cuarto lugar determinar mercado a los cuales se venderá el producto turístico, además, diseñar acciones inmediatas de promoción y comercialización. Como quinto esta establecer acciones de promoción, para motivar la llegada al destino turístico. El significado puede ser de orden local si el grado de reconocimiento del atractivo está dentro del área municipal, Regional si el grado de reconocimiento del atractivo está en un área de uno o más departamentos. Nacional si el grado de reconocimiento del atractivo está dentro del país. Internacional si el grado de reconocimiento del atractivo está en dos o más países. Para el reconocimiento se debe dejar de lado la afectividad que se pueda tener hacia la región, y ser objetivo para ello el ministerio da las siguientes recomendaciones, de acuerdo a las siguientes fuentes:

- Guías turísticas nacionales o internacionales virtuales e impresas.
- Paquetes turísticos diseñados y operados por agencias de viajes operadoras locales, regionales y nacionales.
- Paquetes turísticos diseñados por agencias de viajes mayorista (turoperadores) nacionales o internacionales nacionales.
- Revistas especializadas en turismo del orden regional, nacional o internacional virtuales o impresas.
- Periódicos regionales, nacionales o internacionales y sus secciones de turismo.
- Mapas y planos turísticos del orden regional, nacional o internacional.

Cuando un bien no aparece en ninguna guía, revista, paquete, periódico o mapa turístico es clasificado como un recurso turístico que se debe añadir

posteriormente realizando acciones de mejoramiento y promoción. De aquí que si al hacer el inventario turístico solo se encuentran recursos de significados locales el municipio debe evaluar la vocación turística.

Ya conocidos los conceptos de calidad y significado para la valoración turística, se procede a conocer los máximos puntajes asignados en la siguiente tabla

TABLA 47. Asignación de puntajes para valoración de patrimonio cultural inmueble o mueble

PATRIMONIO MATERIA		
TEMA	CONCEPTO	PUNTAJE
CALIDAD	Estado de Conservación	21
	Constitución del Bien	21
	Representatividad	28
	Total	70
SIGNIFICADO	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	30
PATRIMONIO INMATERIAL		
CALIDAD	Colectivo	14
	Tradicional	14
	Anónimo	14
	Espontáneo	14
	Popular	14
	Total	70
SIGNIFICADO	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	30
FESTIVIDADES Y EVENTOS		
CALIDAD	Organización del evento	30
	Beneficios socioculturales	20
	Beneficios económicos locales	20
	Total	70
SIGNIFICADO	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	30

GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS		
CALIDAD	Respeto por las Costumbres	70
	Total	70
SIGNIFICADO	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	30

FUENTE: Guía para la elaboración de inventarios turísticos.
criterios para la valoración de sitios naturales

1. Calidad:

Se debe calificar en este caso la escasa o nula presencia de deterioro. Esta puede ser por causada por contaminantes primarios y secundarios o el uso irracional de los recursos naturales, los criterios para evaluar la calidad son:

- Sin contaminación del aire: principalmente por el smog y las posibles causas que lo generan entre ellas los automóviles, plantas petroleras o estaciones de servicio.
- Sin contaminación del agua: por elementos químicos (gasolina y derivados del petróleo), escurrimiento de fertilizantes en el proceso de producción agrícola y el uso de jabones y detergentes utilizados en la vida diaria casera.
- Sin contaminación visual: se da por la arquitectura inadecuada, obstrucción visual y dispersión de basuras.
- Sin contaminación sonora: decibeles muy altos que no permitan el goce del lugar.
- Estado de conservación: estado de la fauna y flora, presencia de erosión, manifestaciones de actividades extractivas.
- Diversidad: diversidad de la flora y fauna y de habitas o paisajes.
- Singularidad: son rasgos únicos y excepcionales en la flora y fauna y paisajes

2. Significado: Se trata de la misma manera en que se trata los atractivos de patrimonio culturales.

Ya teniendo claro la clasificación de los bienes, es necesario conocer la máxima calificación que se les puede dar a los sitios naturales. En la siguiente tabla.

TABLA 48 .Asignación de puntajes para patrimonios naturales

SITIOS NATURALES		
tema	Concepto	puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	10
	Sin contaminación del agua	10
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
	Total	70
Significado	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	30

FUENTE: Guía para la elaboración de inventarios turísticos.