- Frío: de 2.000 a 3.000 m.s.n.m. y una temperatura promedio de 13°C
- Páramo bajo: de 3000 a 3700 m.s.n.m. y una temperatura promedio de 8°C
- Páramo Alto: de 3.700 a 4.000 m.s.n.m. y una temperatura menor a 6°C

Además se han originado tres tipos de humedad semihúmedo, húmedo y superhúmedo.

Presenta una topografía irregular, debido a la tectónica, generada por la actividad volcánica constante. Estratigráficamente las rocas que conforman el municipio hacen parte de la era cenozoica (eras terciaria y cuaternaria). El análisis geológico se ha hecho de acuerdo con el mapa geológico de INGEOMINAS a escala 1:250.000.

En Colombia y más precisamente en el departamento de Nariño están activos los volcanes Chiles, Cumbal, Azufral, Doña Juana, Animas y Galeras, siendo históricamente este último el que presenta mayor número de erupciones, actividad volcánica que está asociada a la subducción de la Placa Nazca bajo el Bloque Andino. En general estos volcanes han sido construidos sobre otras estructuras volcánicas del Plioceno y sus lavas predominantes sonandesitas. La región del municipio de La Cruz está asociada a fenómenos de los volcanes Azufral y Galeras, dado que se encuentra entre estos volcanes.

Con respecto a fenómenos vulcanológicos en el municipio de La Cruz se presentan cuatro calderas, vestigios seguramente de actividades volcánicas pasadas.

El conocimiento y caracterización de las formas del relieve, tiene especial importancia, particularmente en la determinación de unidades de paisaje (zonificación ecológica), unidades que permiten determinar las potencialidades, limitantes y restricciones del uso que afectan a los ecosistemas y que condicionan los usos de la tierra.

En el municipio de La Cruz se ha presentado una pérdida gradual y progresiva de la masa y la cubierta vegetal, dicha pérdida se ha ocasionado debido a la deforestación, la cual se ha producido por una ampliación de la frontera agrícola, impulsada por las condiciones socioeconómicas de la región y el microfundio en lo que a tenencia de la

tierra se refiere. Situación que ha originado el desplazamiento de los más pobres hacia las zonas de bosque natural, con el fin de aculturizar terrenos a través de la tala y quema del bosque. También se considera como causa la ampliación de la frontera pecuaria presentándose la tala de bosque natural con el fin de obtener terrenos para el pastoreo de animales. (Plan de Desarrollo Municipal 2008 – 2011)

Parque Nacional Complejo Volcánico Doña Juana- Cascabel, cascada de Tajumbina y aguas termales.

El parque está ubicado en el ramal centro – oriental de los Andes colombianos, al sur del Macizo Colombiano, entre los 1100 y los 4350 m.s.n.m en jurisdicción de los municipios de Santa Rosa y Bolívar (departamento de Cauca) y en La Cruz, San Bernardo y Tablón de Gómez (departamento de Nariño).

El parque es hogar de especies amenazadas como el cóndor andino, la danta de páramo, el oso de anteojos y el puma.

El parque posee ecosistemas de páramos extensos y bien conservados, así como numerosas lagunas. Igualmente, dentro del área existen densas selvas con quebradas y cascadas conocidas por la gente de la región como “El Cascabel”.

Dentro del parque están localizados los volcanes doña Juana, Animas y Petacas, que en conjunto son denominados complejo volcánico doña Juana- cascabel, así como el conjunto de formaciones geográficas y ecológicas de gran valor paisajístico.

Rutas de acceso

Desde el casco de urbano del municipio de La Cruz, se continua por la vía que conduce al corregimiento de Tajumbina, se sigue el trayecto hasta la vereda la Ciénaga, sitio hasta donde termina la vía carreteable. Después de este trayecto se continúa a pie por camino de herradura durante dos horas hasta llegar al límite del parque.

Sitios de interés

Cuando fue declarado el parque como área de conservación de carácter nacional de determinaron algunos sitios de interés los cuales son los siguientes:

1. **Altares naturales de identidad cultural**: son sitios de especial significancia desde lo paisajístico y cultural, los altares culturales de la región son: los volcanes Doña Juana, Ánimas y Petacas

2. **Lugares históricos:** en el municipio de Arboleda Berruecos se encuentra la reserva arqueológica nacional además en el municipio de Tablón de Gómez se encuentra el puente histórico declarado monumento nacional.

3. **Lugares arqueológicos:** los hallazgos arqueológicos se han registrado en la vereda Tajumbina, el cerro Chimayoy y el municipio de Buesaco. Petroglifos en las veredas Ánimas y San Francisco en el municipio de La Cruz

4. **Lugares arquitectónicos:** las iglesias católicas de los municipios; el santuario de la Virgen de la Playa, en el municipio de San Pablo; la Ermita, en el municipio de Arboleda Berruecos, la iglesia de la Virgen de la Cueva, en el municipio de El Tablón de Gómez; casas coloniales, puentes y parques municipales.

5. **Lugares mágicos:** la cueva de Cuaperta, en la vereda de Peñas Blancas, la laguna de la Caratosa, ubicada en los páramos del Complejo Volcánico Doña Juana, el territorio del Cascabel, la cascada de Tajumbina, peñascos, el lugar de las estatuas de piedra y la ciudad perdida del encuentro.

6. **Lugares turísticos:** entre los lugares ubicados en el área de influencia del área protegida se tiene: termales y cascada de Tajumbina municipio de La Cruz a 25 minutos vía terrestre del casco urbano; camino al Cascabel, es una ruta ancestral por la cual se comunicaba con La Cruz, Tablón de Gomez hacia lo que hoy se conoce como el departamento del Huila; laguna El Silencio, como su nombre lo indica, se trata de una laguna de plácidas y cristalinas aguas, se ubica en el corregimiento de Las Mesas, en las proximidades del volcán Doña Juana, se sale del casco urbano a 45 minutos por vía terrestre y después se sigue a una hora a pie; laguna El Encuentro, ubicada en los municipios de Bolívar, San Pablo y La Cruz

Los volcanes Doña Juana (4.200 m.), Ánimas (4.300 m.) y Petacas (4.500 m). convertido en Parque Nacional Natural. La riqueza en biodiversidad es impresionante: 471 especies de aves, incluyendo el cóndor, en sólo 66.000 hectáreas. Y en

mamíferos hay osos de anteojos, venados, dantas de páramo y pumas. Un verdadero paraíso de flora, fauna, ríos, páramos, picos filudos, bosques y cañones, amén de los volcanes.

Este fue el solar nativo de los indios chinchas. Una de las leyendas sobre el origen de los volcanes dice que Mamá Juana, una hermosa quiteña, se enamoró de Pedro, un plebeyo. Ante la negativa de los padres al matrimonio, huyeron y, víctimas de la maldición materna, se convirtieron en volcanes. Mamá Juana dejó olvidada una maleta con oro que se convirtió en el volcán Petacas y ella y sus mulas fueron asustadas por unos espíritus, que se transformaron en el volcán Ánimas.

Foto: Cerro Los Churros

Foto: Río Mayo

Foto: Vestigios arqueológicos

Foto: Lagunas Parque Nacional Complejo Volcánico Doña Juana

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

La cascada de Tajumbina

Se encuentra a 12 kms., de la cabecera municipal, está a 2.380 msnm, con una temperatura que oscila entre 10ºC y 20ºC. Posee una riqueza acuífera esplendorosa, que al precipitar sus aguas forma cascadas que juegan con la policromía del arco iris, formando círculos que mágicamente atraviesan. Sus aguas termales de alta temperatura y el "lodo medicinal" hacen de Tajumbina junto a su paisaje, uno de los sitios con mayor atractivo turístico en el sur de Colombia.

Se dice que heredó su nombre de la tribu Tajumbina perteneciente a la etnia de los Quillacingas.

Foto: Cascada de Tajumbina y aguas termales. Fuente: Luis Ponce

1.2 FACTORES DE ATRACCIÓN

1.2.1 IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PRINCIPALES CLÚSTER, MICROCLÚSTERS, CIRCUITOS Y RUTAS QUE CONFORMAN LA OFERTA DEPARTAMENTAL.

1.2.1.1 Identificación de los atractivos involucrados

Luego de examinar las ofertas disponibles de las principales agencias de viajes del país, así como en las agencias locales del departamento de Nariño, se identificaron los nombres de los paquetes, los servicios que incluyen y los atractivos que invitaba a visitar. Posteriormente, se agruparon en categorías para precisar las más representativas y establecer así cuáles son los clúster, micro clúster, rutas y circuitos que conforman el departamento, cuyo análisis se presenta a continuación:

Análisis de las ofertas comerciales de Nariño

Luego del levantamiento y análisis de la información sobre las ofertas comerciales del departamento de Nariño en agencias, se pueden identificar las siguientes:

- San Juan de Pasto
- Ipiales y Túquerres
- Tumaco

A continuación se presenta un análisis detallado de los atractivos y servicios involucrados en cada una de las ofertas mencionados:

San Juan de Pasto

Los planes a San Juan de Pasto tienen una duración promedio de entre 3 y 4 días. Se concentran principalmente en el Carnaval de Negros y Blancos que se celebra en enero; los atractivos coloniales y culturales del centro de la ciudad, la Laguna de la Cocha y el circuito por los volcanes. La vocación turística de esta oferta es cultural y también de ecoturismo.

Foto: San Juan de Pasto. Fuente: www.recorramoscolomboa.blogspot.com

Atractivos involucrados:

El evento que atrae mayor número de visitantes al departamento es, sin duda, el Carnaval de Negros y Blancos, el cual es mencionado de manera recurrente por visitantes extranjeros en chats especializados en viajes. En la capital se cuenta también con museos como el del Carnaval, el Museo del Oro y el Museo Casa Taminango; así mismo, iglesias como la Catedral y la de San Agustín.

El primer destino natural de Nariño es, sin duda, la Laguna de la Cocha y la Isla la Corota, las cuales se ofrecen como lugares de contemplación y descanso, más que alternativa de aventura o pesca deportiva.

Otro atractivo natural que posiciona al departamento a nivel internacional son los volcanes, no sólo por su belleza sino su carácter de laboratorio de investigación permanente. Aunque se encuentran dispersos en todo el departamento, en este destino se incluye el volcán Galeras, sin dejar por fuera el Cumbal, el Azufral, la Laguna Verde y el Chiles.

Servicios incluidos

Los paquetes turísticos a San Juan de Pasto se venden con alojamiento de 3 hasta 6 días, dado que no sólo incluyen la capital sino que, con frecuencia también incluyen a

Ipiales, Popayán y Tulcán, en el Ecuador. Usualmente, ofrecen porción terrestre desde Cali y aérea desde Bogotá, incluyendo recorridos terrestres por el departamento.

En temporada de festividades, los paquetes incorporan la entrada a los desfiles junto a un kit (sombrero, gafas, pañoleta, polvos, cosméticos) además de un city tour por el centro histórico de la capital, que incluye visitas guiadas a templos y museos, alimentación y en muchos casos refrigerios típicos (no mencionan de qué consta).

Las rutas por la Laguna de la Cocha y el SFF de la Corota invitan a disfrutar paseos en lancha, ingreso a la reserva y refrigerio típico (hervido de frutas); con la opción de charlas eco-ambientales e incluso participación en ceremonias indígenas.

Las rutas por los volcanes, que parten desde Pasto por vía terrestre, incluyen la entrada y guía por los parques naturales, alimentación típica de la región (incluyendo guarapo y melcocha) y participación en talleres artesanales.

A diferencia de lo que sucede en otros departamentos con importante riqueza cultural, Nariño no se promociona como destino de aventura.

Todos los paquetes incluyen guía profesional, asistencia médica y seguro de accidentes. La naturaleza de los planes permite inferir que intentan atraer más a familias en busca de descanso que a grupos o individuos en busca de aventuras.

Ipiales y Túquerres

Los paquetes que promocionan a Ipiales, junto con Pasto, Popayán y Tulcán (Ecuador), tienen una clara vocación de turismo religioso y cultural, especialmente por la presencia del Santuario de Nuestra Señora de las Lajas en Ipiales, el principal atractivo de tipo arquitectónico del departamento, con menciones repetidas en guías nacionales y chats de viajeros internacionales.

Atractivos involucrados

El Santuario de Nuestra Señora de las Lajas en Ipiales es uno de los principales centros de peregrinación del país, junto a la Iglesia del 20 de Julio en Bogotá y la Basílica del Señor de los Milagros de Buga (Valle). Las agencias promocionan también,

el Museo de Las Lajas y otros templos de la región como el de Sandoná, San Pablo y Ancuyá.

Foto: Panorámica del paisaje nariñense en la vía Pasto – Ipiales. Fuente: www.skyscrapercity.com

Estas rutas de tipo religioso al sur del país, están integradas en muchos casos a Popayán (capital religiosa y cultural por excelencia) y a Tulcán en Ecuador, por su cercanía.

En Popayán incluyen el Pueblito Payanés, los templos y las procesiones; en Tulcán, el cementerio de figuras de ciprés, así como su zona comercial, recorrido que también incluye el Puente Internacional de Rumichaca que une a Colombia con el Ecuador.

La cuota verde del destino se complementa con el volcán nevado de Cumbal y el volcán Azufral con su Laguna Verde.

Servicios incluidos

Este destino antes anotado no se vende por separado para el país, sino que viene incluido como un sólo paquete con Pasto y la Laguna de la Cocha, aunque para los habitantes de Pasto, sí se vende como pasadía.

Cuando está incluido en el paquete Nariño, los servicios propuestos son idénticos a los del apartado anterior: alojamiento que va de 3 a 6 días, alimentación completa, ecoturismo y asistencia al carnaval; adicionando: el transporte terrestre a Popayán y/o Tulcán, los recorridos turísticos y religiosos por Ipiales y Popayán, y los ingresos al Santuario, el Museo y el cementerio de figuras.

Cuando los paquetes turísticos se venden como pasadías para habitantes o personas que visitan Pasto, incluyen además de los anteriormente mencionados el transporte terrestre desde Pasto, un almuerzo y un refrigerio y un diploma virtual.

Cabe destacar que ningún plan al departamento anuncia los volcanes de Cumbal y Azufral, estos se venden sólo como pasadía por operadores locales, e incluyen: transporte, recorridos guiados por los complejos y talleres de relajación.

Tumaco

Tumaco representa una de las joyas del cinturón del Pacífico colombiano y es el primer destino de sol y playa de Nariño. Se menciona en guías nacionales e internacionales pero son pocos los planes a nivel nacional e incluso local que lo promocionan.

Atractivos involucrados

Es importante resaltar que Tumaco no hace parte de los paquetes turísticos que promocionan a Nariño; este destino se ofrece solo al visitante que se encuentra ya en Pasto.

Los atractivos que se mencionan son la playa de Bocagrande como principal atractivo de la región y las playas del Morro.

Servicios incluidos

Dado que Tumaco se encuentra a cerca de 5 horas por carretera de la capital del departamento y que cuenta con infraestructura hotelera y gastronómica, los paquetes ofrecen alojamiento hasta por 4 días en acomodación múltiple.

El transporte es terrestre y sale de San Juan de Pasto. Todas las ofertas incluyen alimentación y, adicionalmente, una agencia brinda un coctel de bienvenida. Se puede disfrutar también de talleres de relajación y avistamiento de ballenas en ciertas épocas del año.

Los desplazamientos se realizan en lancha acompañados por guías profesionales e incluyen en todos los casos, seguros de viaje y asistencia médica.

Guías Turísticas

Este análisis se realizó partiendo de guías que incluyen Colombia entre sus destinos. Una vez encontrado el país, se verificó que estuviera también mencionado el departamento de Nariño.

Las guías nacionales proponen destinos y atractivos similares a los planteados por la oferta comercial; centran el interés en Pasto y su oferta cultural y gastronómica, peregrinación en Ipiales y ecoturismo a través de los volcanes y en el pacífico. Para turistas más aventureros proponen alternativas, algunas veces no viables por tiempo o presupuesto, para público convencional, como El Cerro Patascoy, el nevado de Cumbal o la Reserva Natural La Planada.

Por su parte, las guías internacionales de viajes, proponen y recomiendan en Nariño: los atractivos arquitectónicos coloniales de la capital, con sus carnavales y volcanes, el Santuario de las Lajas en Ipiales y las playas del Pacífico.

Síntesis

A modo de conclusión, se puede afirmar que las ofertas comerciales nacionales y locales, así como las recomendaciones que se presentan en guías de viajes nacionales e internacionales por el departamento de Nariño, se concentran en el Carnaval de Negros y Blancos y la riqueza cultural de Pasto, complementados por sus atractivos naturales. El turismo religioso tiene como epicentro al Santuario de las Lajas en Ipiales, en conexión con Popayán o el Ecuador y la opción de sol y playa corre por cuenta de las playas de Tumaco.

Atractivos turísticos del departamento de Nariño

Clústeres, rutas y circuitos						
No.	Ubicación	Clasificación	Condición	Municipios Involucrados	Atractivos Involucrados	Vocación
1	Pasto	Clúster	Real	Pasto	Templo de Cristo Rey	Turismo religioso
					Iglesia de Fátima	
					Santuario de La Merced	
					Templo de San Andrés	
					Templo de San Felipe	
					Templo de San Juan	
					Templo de San Sebastián o La Panadería	
					Templo de Santiago	
					Catedral de Pasto	
					Museo de Artes y Tradiciones Casona Taminango.	Turismo cultural-histórico.
					Museo de Talla en Madera y Arte precolombino Alfonso Zambrano.	
					Museo del Carnaval.	
					Museo del Oro.	
					Museo Juan Lorenzo Lucero.	
					Carnaval de Negros y Blancos	Turismo cultural
					Encuentro Internacional de Cultural Andinas y del Pacífico	
					Artesanías talla en madera.	Turismo cultural, turismo de compras
					Artesanías barniz de Pasto. Mopa - mopa.	
					Artesanías en paja toquilla.	
					Artesanía enchapado en tamo	
					Manufactura repujado en	

					cuero.	
					Belleza y salud	Turismo de salud
					Ascenso a la cima al Volcán Galeras	Turismo de naturaleza
2	Laguna de La Cocha	Ruta	Real	Pasto	Saliendo de Pasto se disfruta de maravillosos paisajes en escenarios de turismo ecológico.	Turismo de naturaleza, turismo de descanso y deporte
				Corregimiento El Encano -Municipio de Pasto	Lago Guamués - La Cocha.	Ecoturismo - turismo de naturaleza, turismo de descanso y deporte
					Isla de la Corota.	
					Reservas naturales.	
					Paisaje natural.	
					Gastronomía.	
3	Circunvalar Galeras (Hace parte del ramal centro oriental de la cordillera de los Andes, en el nudo de los Pastos, localizadas entre los municipios de Pasto, Nariño, La Florida, Sandoná, Consacá y Yacuanquer	Circuito	Real	Pasto	Partiendo de Pasto con magníficos paisajes lleva a una travesía por varios pisos térmicos el recorrido a la "circunvalar al Volcán Galeras" Santuario de flora y fauna.	Turismo de naturaleza.
				Nariño	Municipio que se atraviesa de paso.	
				La Florida	Municipio que se atraviesa de paso.	
				Sandoná	Basílica de Nuestra Señora del Rosario.	Turismo religioso
					Artesanías en paja toquilla.	Turismo cultural y turismo de compras.
					Trapiches de caña.	
					Desde la cabecera municipal se puede hacer el desplazamiento al Santuario de Flora y Fauna	Turismo de naturaleza.

				Consacá	Construcciones coloniales y de gran valor histórico como la Casona de Bomboná.	Turismo histórico.
					Piedra de Bolívar.	
					Trapiches de caña.	Turismo cultural
					Desde la cabecera municipal se puede hacer el desplazamiento al Santuario de Flora y Fauna	Turismo de naturaleza
				Yacuanquer	Cañón del Guáitara.	Turismo de naturaleza
					Laguna Telpis.	
4	Tumaco	Clústeres	Real	Tumaco	Arco del Morro.	Turismo natural
					El Viudo.	
					El Quesillo.	
					Isla de Bocagrande.	
					Isla del Morro.	
					Puente del Morro.	
					Gastronomía.	Turismo de gastronomía
					Pesca.	Turismo recreativo
					Playa.	
					Marimba y ritmos del currulao. (Patrimonio de la Humanidad).	Turismo cultural
5	Las Lajas	Clúster	(Potencial)	Ipiales	Parque teleférico Las Lajas.	Turismo recreativo
					Peregrinaje Semana Santa.	Turismo religioso
					Peregrinaje de extranjeros y nacionales de fin de año.	
					Fiestas patronales 15 de septiembre.	
					Oferta gastronómica	Turismo recreacional
6	Ipiales	Clúster	Real	Ipiales	Santuario de Las Lajas.	Turismo religioso
					Comercio de frontera.	Turismo de compras

					Carnaval multicolor de la frontera.	Turismo cultural
					Festival internacional de Tríos.	
					Gastronomía.	Turismo
7	Buesaco	Ruta	Real	Pasto	Vía Pasto - Buesaco: carretera pavimentada en excelente estado, ruta que propicia el desplazamiento para recreación y descanso.	Turismo de naturaleza y paisaje
				Buesaco	Cañón del Juanambú.	Turismo de aventura.
					Petroglifos.	Turismo arqueológico.
					Batalla de Independencia - Parapetos.	Turismo histórico.
8	Ruta de los Volcanes	Ruta	Real	Túquerres	Volcán Azufral	Turismo de naturaleza y paisaje, turismo recreativo
				Cumbal	Volcán Chiles.	
					Volcán nevado de Cumbal.	
					Ruta láctea.	Turismo de gastronomía
9	Ruta de las lagunas	Ruta	Real	Pasto	Laguna de La Cocha	Turismo de naturaleza y paisaje, turismo recreativo
					Río Bobo	
				Túquerres	Laguna Verde	
				Cumbal	Laguna de Cumbal o de la Bolsa	
				Puerres	Humedal El Rosal	
10	Ruta al mar	Ruta	Potencial	La Tola	Parque Nacional Natural Sanquianga	Turismo de naturaleza y paisaje, turismo recreativo
				El Charco		
				Olaya Herrera		
				Mosquera		
				Iscuandé		
				Mallama	Cerro El Chambú.	Turismo de naturaleza y
					Páramo Gualcalá.	

				Ricaurte	Reserva natural La Planada.	paisaje
					Cascadas del Amor	
				Barbacoas	Reserva natural de Biotopo	
					Reserva natural de Ñambí.	
				Tumaco	Playas del Morro.	Turismo de naturaleza y paisaje
					Isla El Morro.	
					Bahía de Tumaco.	
					Playas de Bocagrande.	
					Esteros	
					Avistamiento de ballenas.	
					Gastronomía.	Turismo de gastronomía
11	Historia, el agua y el café	Circuito	Real	La Cruz	Parque Nacional Complejo Volcánico Doña Juana - Cascabel.	Turismo de naturaleza y paisaje
					Casada de Tajumbina.	
					Aguas termales.	Turismo de salud
				San Pablo	Basílica Ntra. Señora de La Playa.	Turismo histórico
					Hidroeléctrica del río Mayo - Hidromayo.	Turismo arquitectónico
				Arboleda	Monasterio “La Ermita”.	Turismo religioso
					Petroglifos.	Turismo religioso
					Sitios históricos donde murieron Julio Arboleda y el Mariscal Sucre	
				La Unión	Fincas cafeteras.	Turismo agrario

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

1.2.1.2 Valoración cualitativa de los clústeres, microclústeres, circuitos y rutas seleccionados

Ruta laguna de La Cocha – SFF La Corota

La Laguna de la Cocha pertenece al municipio de Pasto y se encuentra ubicada a 40 minutos por carretera del casco urbano de la capital. El acceso se hace a través de una carretera en reparación con mínimas facilidades de restaurantes o estaciones de servicio; con significativos inconvenientes también en los temas de señalización e iluminación.

Principales atractivos

Turistas provenientes principalmente de Pasto, del Valle del Cauca y del vecino Ecuador, visitan los principales atractivos de la ruta:

- La Laguna de la Cocha

Foto: Hotel Suizo, La Cocha
Fuente:UT Huitonava

Foto: Laguna de La Cocha

La laguna, de 17 kilómetros de extensión y declarada Patrimonio Natural de la Humanidad, está rodeada de 13 reservas naturales y dos elegantes complejos hoteleros y gastronómicos, diseñados hace décadas siguiendo lineamientos de la arquitectura suiza. La alta calidad de sus instalaciones, facilidades y servicios invitan al descanso y la contemplación de la isla y de las tranquilas aguas de la laguna. Cabe resaltar, que los pobladores de los alrededores adoptaron similar arquitectura para sus

hogares y negocios, creando un singular y amable ambiente para todo tipo de presupuesto.

- El Santuario de Fauna y Flora - Isla La Corota.

Foto: Punto de información, La Corota

Foto: Senderos, La Corota

Fuente: UT Huitonava

Luego de cinco minutos de paseo en lancha al interior de la laguna, se accede al SFF Isla La Corota. Administrada por Parques Nacionales, la reserva invita a la investigación y a la observación de flora a través de senderos bien delimitados. Aunque no hay guía, existe un punto de información así como señalización donde se concientiza al visitante sobre el comportamiento que deberá conservar durante los 500 metros de recorrido.

La isla y la laguna, de excepcional belleza, representan dos de los principales atractivos naturales del sur del país. A pesar de la regular calidad del acceso, la importante infraestructura y la majestuosidad del paisaje, deberían explotarse con deportes o eventos que atraigan visitantes alternos a los mercados emisores ya tradicionales.

Clúster Pasto

Bastión de la resistencia española, Pasto, capital del departamento de Nariño, ha sido conocida como Ciudad Sorpresa y Ciudad Teológica. Se encuentra ubicada a 870 km por carretera de Bogotá y 50 minutos por vía aérea. Como capital de departamento, posee completa infraestructura de servicios públicos; hoteles y restaurantes para

todos los gustos y presupuestos; y tiene en marcha un megaproyecto de restructuración vial.

El turismo representa una empresa hasta ahora en construcción y se evidencia en la precaria señalización y mantenimiento de los alrededores de sus principales atractivos.

Principales atractivos

- **Carnaval de Negros y Blancos**

Turistas provenientes en su mayoría de Bogotá, Cali y Ecuador visitan a Pasto especialmente durante vacaciones de fin de año, coincidiendo con la celebración de su centenario y popular Carnaval de Negros y Blancos. Este festejo resulta el más popular del suroccidente del país y a pesar de que se realiza en San Juan de Pasto ha repercutido en otros municipios del departamento. Es conocido a nivel internacional y mueve la mayor cantidad de turistas del departamento entre el 28 de diciembre y el 6 de enero.

Figuras del Carnaval, Pasto.
Fuente: UT Huitonava

El centro histórico está compuesto por importantes museos donde sobresale el del Carnaval, el Museo del Oro y la Casa Taminango. El primero exhibe una colección de objetos precolombinos de antiguas culturas de esta parte del país acompañada de figuras propias de esta celebración y fotografías de los inicios de las festividades en el siglo pasado. El museo se encuentra actualmente en remodelación por lo que las figuras no están señalizadas y se encuentran acomodadas en un ala en forma desordenada.

Otro atractivo del centro lo conforma un importante complejo de templos, Iglesias y catedrales como San Felipe Neri, Cristo Rey o Santiago, que guardan colecciones de arte y reliquias del pasado noble de la ciudad. Aunque la belleza de su arquitectura resulta evidente, la iluminación, señalización y mantenimiento de los alrededores son tárea pendiente.

Foto: Casa Taminango, Pasto
Fuente: UT Turismo Huitonava

Foto: Museo del Carnaval, Pasto

- Mercados de artesanías

El mercado de artesanías lo compone el tradicional mercado Bombona, reconocido también por sus restaurantes de "cerdo hornado" y productos alimenticios empacados provenientes de Ecuador. Aunque el mercado es muy exitoso y lo visitan personas de todos los niveles socioculturales de la ciudad, presenta más la imagen de un mercado de alimentos que de un mercado artesanal.

Está también la Casa del Barniz o Barniz de Pasto, administrada durante seis generaciones por una familia de excepcionales artesanos que dominan una compleja técnica de decoración con barniz sobre piezas de madera indígena. La tienda es elegante, bien iluminada y una experta anfitriona explica al cliente el complejo proceso de fabricación de las piezas con material gráfico en inglés.

Cabe nombrar también la boutique de Artesanías de Colombia y su oferta de productos diseñados con insumos autóctonos y por artesanos de la región. La moderna tienda se ve opacada por exteriores y jardines mal mantenidos.

Foto: Casa del Barniz, Pasto

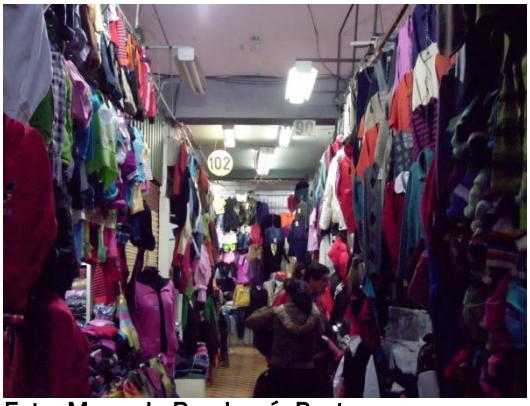


Foto: Mercado Bomboná, Pasto

Fuente: UT Turismo Huitonava

La ciudad cuenta con importantes riquezas culturales encabezadas por su reconocido carnaval, pero que podrían ser mejor explotadas por las autoridades respectivas a través del mantenimiento, la adecuación y la correcta señalización de sus principales atractivos.

La localización y gestión del aeropuerto constituyen un problema actualmente debido a los frecuentes cierres que presenta durante el año. Estos podrían ocasionar que el potencial turista replantee su decisión de viaje afectando al resto de municipios del departamento.

Circuito al volcán Galeras

De entre tres a cuatro horas en automóvil toma al visitante atravesar los 117 kilómetros de carretera que rodean al Volcán Galeras en Nariño. 60% de la vía se encuentra en buen estado contra un 40% que va de destapada a trocha. Las poblaciones que surca este circuito cuentan con infraestructura básica de servicios públicos y hospitales. Se pueden encontrar bancos, estaciones de gasolina y aceptable oferta de alimentos, pero con escaso o ningún tipo de señalización.

Principales atractivos

Los atractivos involucrados en el circuito se concentran básicamente en el verde y montañoso paisaje, y en las poblaciones que lo conforman; ya que como tal, el volcán no se alcanza a apreciar desde la carretera.

Poblaciones circundantes

La primera estación, Genoy, es conocida por haber sido cuna del pueblo guerrero de los genoyes. La población es pequeña y no presenta otro tipo de atractivos. Siguiendo la ruta se encuentra Nariño, donde habitantes de Pasto y municipios cercanos disfrutan de sus populares piquetes sobre el parque principal, servicio ofrecido principalmente durante los fines de semana. En La Florida, es posible disfrutar de productos lácteos y postres que se venden en algunos puestos bien organizados sobre la carretera. También se observa el monumento a Bolívar del maestro Marceliano Vallejo que domina su parque principal. Sandoná es famosa por sus artesanías, sus trapiches y su imponente Basílica que contiene el Cristo tallado en madera más grande de Suramérica. Consacá posee importantes yacimientos arqueológicos; y finalizando el circuito, Yacuanquer permite revivir pasadas gestas libertadoras.

Foto: Parque Principal, La Florida

Foto: Estado de las carreteras

Foto: Basílica, Sandoná

Fuente: UT Turismo Huitonava

Los servicios de soporte en la vía son inexistentes, no hay estaciones de servicio, puntos de información turística ni restaurantes o paradores. Ningún aviso informa por qué parte del circuito se encuentra el turista o por lo menos el nombre de la ruta; la complementariedad entre un municipio y otro es mínima.

El circuito es demasiado extenso, buena parte de la carretera entre Sandoná y Consacá es intransitable incluso en un vehículo 4x4; la señalización turística es mínima por no decir inexistente.

Los atractivos, aunque representativos por las fuertes batallas que llevó a cabo Bolívar por estos senderos, y por los antiguos pueblos andinos que los habitaron, se encuentran en lamentable estado de conservación, denotando poco o ningún interés por parte de las autoridades en temas turísticos y contrariando al impecable material impreso que promociona al departamento.

A 38 kilómetros del casco urbano de Pasto y luego de casi una hora en automóvil por una buena y señalizada carretera se encuentra el municipio de Buesaco. La población cuenta con servicios públicos básicos, restaurantes, almacenes de víveres y una entidad financiera. Tierra productora de frutas, cuenta además con yacimientos arqueológicos y fue escenario de batallas durante la gesta libertadora.

Principales atractivos

A diez minutos del casco urbano de Buesaco, se encuentra el principal atractivo de la ruta:

- El Cañón del Juanambú.

El rio Juanambú, afluente del Patía, surca el paisaje andino donde convergen visitantes de los municipios aledaños creando un ambiente de “balneario”; y otros que provenientes de Pasto, Valle del Cauca o el Ecuador, buscan los rápidos del río para la práctica del kayak. Se proyecta a futuro la construcción de un parque recreacional que contará con cable vuelo y que será administrado por Comfamiliar. Los hermosos y únicos paisajes pueden ser apreciados desde cualquier punto de la carretera y desde un puente metálico colgante o dos de piedra que atraviesa la depresión.

Cañón del Juanambú, Buesaco
Fuente: UT Turismo Huitonava

Este lugar de impactante belleza natural está llamado a convertirse en lugar de recreo y descanso de los pastusos gracias a su cercanía con la capital y a su riqueza natural, máxime cuando su administrador será una reconocida caja de compensación familiar que de seguro sabrá explotar el turismo social y que creará una infraestructura y una logística que permita su correcto aprovechamiento.

Ruta del ayer, el agua y el aroma de café

Luego de aproximadamente 90 kilómetros por carretera desde Pasto, es posible culminar la ruta del ayer, el agua y el aroma del café. Cinco municipios con infraestructura básica de servicios públicos, hospitales, servicios financieros y comercio, conforman el trayecto que atraviesa el paisaje andino, pasando por varios pisos térmicos. La señalización turística es buena por la salida de Pasto y a la entrada de los municipios, pero deficiente durante el trayecto.

La ruta es frecuentada por visitantes de municipios limítrofes, Cauca, Valle y Putumayo; en fines de semana y sobre todo para vacaciones de fin de año.

Principales atractivos

Este itinerario permite apreciar durante todo el trayecto cultivos de café y plátano que se levantan en las faldas de las montañas cubriendo el camino. Sus principales atractivos son:

- **Poblaciones circundantes**

El primer atractivo de la ruta es el imponente Cañón del río Juanambú en Buesaco, una imponente gruta natural que se puede apreciar desde todo el trayecto por la carretera. Más adelante, el agrícola municipio de San José, sin mayores atractivos, se encuentra como una estación más durante el trayecto. Continuando, en la población de San Bernardo, es posible apreciar y comprar sus artesanías. Adentrándose por una larga carretera destapada se halla la población de La Cruz. En este sitio resultan imperdibles los termales de Tajumbina, donde una población comprometida con el desarrollo turístico de su región adecúa la infraestructura de un potencial centro recreacional bañado por una cascada con dos piscinas de aguas termales que actualmente atraen a habitantes de veredas aledañas. Sin embargo, es probable que una vez culminadas las obras civiles, cautive a vecinos de todo el departamento. Esta ruta finaliza en San Pablo, donde se afirma que hace 100 años apareció una imagen de la Virgen, en nombre de la cual se levantó la iglesia de Nuestra Señora de la Playa, pequeña versión del Santuario de Las Lajas que se ha convertido en lugar de peregrinaje en la región.

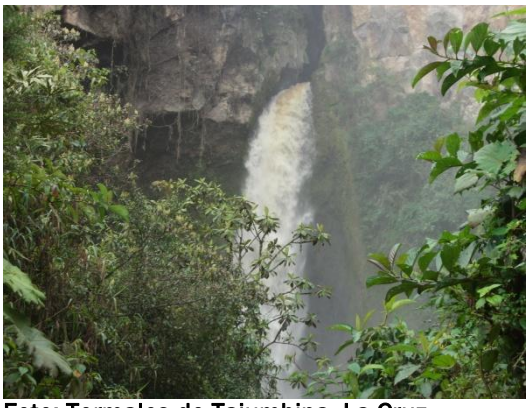


Foto: Termales de Tajumbina, La Cruz
Fuente: UT Turismo Huitonava

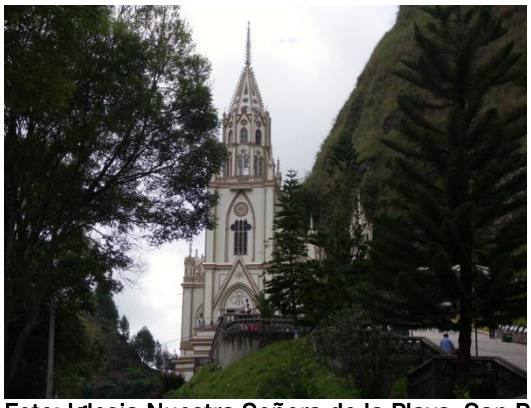


Foto: Iglesia Nuestra Señora de la Playa, San Pablo

Los atractivos se encuentran en buen estado, pero el trayecto es largo y difícil para un automóvil familiar: Si se realizara completa la ruta con almuerzo, baño en los termales y visita a los demás atractivos, podría tomarle a una familia de entre 10 a 12 horas. Resulta también muy dispendioso conseguir gasolina o asistencia técnica durante el trayecto de municipio a municipio. Los visitantes que provienen del Cauca disponen inclusive de mejores vías para acceder a estos destinos.

Resulta importante destacar que las casas de los pobladores durante toda la ruta se encuentran pintadas con publicidad política.

Clúster Ipiales

Ipiales se encuentra a 87 kilómetros al sur de Pasto. Conocida como la Ciudad de las Nubes Verdes, se accede a ella a través de una veloz y bien señalizada Vía Panamericana. Dispone de una buena infraestructura de hoteles y restaurantes para atender el importante volumen de turistas que visitan cada año sus atractivos turísticos, y para aquellos que por negocios o turismo viajan entre Colombia y Ecuador.

Principales atractivos

- Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas

El Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas es visitado todo el año, pero especialmente en Semana Santa y durante las fiestas de la Virgen en septiembre, por miles de turistas y peregrinos provenientes de todo el país y muchas partes del mundo. La imponente basílica de corte gótico está construida sobre dos peñascos separados por el río Guáitara. La señalización turística es buena durante la vía y mejor aún en el sitio. Buena cantidad de organizados punto de venta de artesanías y artículos religiosos circundan los cuatro caminos que desde la carretera permiten descender hasta el templo. Existe servicio de parqueadero y punto de información turística a la entrada del complejo, que además cuenta con baños, parques infantiles y mesas con sombrilla para departir almuerzos familiares.

Los años de experiencia recibiendo feligreses, han hecho que las autoridades turísticas y religiosas así como los comerciantes, hayan desarrollado infraestructura y logística eficiente para la atención de los visitantes.

Foto: Santuario de Las Lajas, Ipiales
Fuente: UT Turismo Huitonava

Foto: Punto de Información Turística, las Lajas

- **Gastronomía**

Sector El Charco, Ipiales
Fuente: UT Turismo Huitonava

Luego de visitar el santuario los feligreses se dirigen al sector del Charco, que a un par de kilómetros del complejo religioso, ofrece una buena cantidad de restaurantes ubicados en dos calles donde es posible disfrutar de platos típicos de la región como la gallina o el popular cuy, en espacios con fachadas decoradas por el maestro Carlos Santa Cruz.

- **Puente Internacional de Rumichaca**

Terminando la ruta, los turistas acuden al Puente Internacional de Rumichaca, punto fronterizo con Ecuador; donde es posible apreciar las dos casonas republicanas recientemente recuperadas que marcan la frontera o pasar a hacer compras en el vecino país.

El santuario es uno de los destinos turísticos más visitados del país. Sin embargo, tiene algunas fallas en infraestructura como no disponer de suficientes baterías de baños, ni propuestas de alojamiento sobre todo para fechas de altas romerías. Resultando también escaso su cuerpo de Policía de Turismo.

La calidad y posicionamiento del destino no se han explotado eficientemente a nivel internacional, lo que atraería flujo de visitantes a otros municipios del departamento.

Puente Internacional de Rumichaca, Ipiales
Fuente: UT Huitonava

Ruta de los volcanes y las lagunas

Luego de desplazarse vía terrestre por casi 72 kilómetros desde Pasto a través de una segura y señalizada vía, es posible llegar a las ciudades de Túquerres y Cumbal. A 3.100 metros de altura, esta tradicional región productora de papa, ofrece un paisaje maravilloso donde se puede contemplar sobre el sistema de los Andes los volcanes Azufral, Chiles y Cumbal. La señalización es poca así como la oferta de hoteles o servicios de alimentación, aunque es posible encontrar supermercados, hospitales y entidades financieras. Aunque no hay puntos de información turística, existen oficinas de operadores locales que pueden planificar y guiar las excursiones.

Principales atractivos

- **Volcán Azufral y Laguna Verde**

Foto: Paisaje Volcán Azufral, Túquerres
Fuente: UT Turismo Huitonava

La primera estación de la ruta, que puede tomar hasta dos días, es el volcán Azufral, el cual se encuentra a 12 kilómetros del casco urbano de Túquerres. Una camino veredal permite adelantar en automóvil una parte del camino a partir del cual se emprende una caminata por casi una hora y

media. Luego del ascenso es se contempla en la boca del volcán la Laguna Verde, una belleza natural desconocida para muchos, donde es posible el disfrute de senderos de biodiversidad.

- **Laguna y Volcán de Cumbal**

La segunda etapa de la ruta es la laguna de Cumbal, a la que se accede luego de 15 minutos por carretera desde la población que le da su nombre. Las casas de los pobladores que acompañan el camino se encuentran decoradas con simbología de los antiguos Pastos, lo que demuestra una clara bienvenida al turista y un interés en mantener su tradición histórica. El lugar permite comenzar a ascender hacia el volcán luego de aproximadamente 3 horas de intensa caminata.

Foto: Señalización Laguna de Cumbal
Fuente: UT Turismo Huitonava

Foto: Laguna de Cumbal

- **Volcán Chiles**

La última estación de la ruta es el volcán Chiles, que dada su compleja geografía es solo apto para ser conquistado por profesionales, pero que si permite al público en general el disfrute de sus naturales aguas termales.

La belleza y el potencial turístico de este sistema montañoso deben ser explotados nuevamente como sucedía antes de la incursión de grupos guerrilleros en la zona. Las operaciones militares del Estado deben brindar seguridad y tranquilidad al visitante con el fin de aprovechar estos valiosos recursos naturales, y dedicarlos a actividades como la contemplación, las caminatas o los deportes extremos, mejorando de esta forma el nivel de vida de la comunidad en general.

No existe información histórica que relacione las lagunas con las antiguas culturas que las contemplaron y veneraron, con el fin de disponer de un guion para ser trasmitido a los turistas. Bien se sabe que la competencia en el país la encabeza una laguna que diera origen a la leyenda del Dorado.

Los nariñenses, gracias a las campañas de su Oficina departamental de Turismo, se están acercando de nuevo a estos destinos y podrían servir como ejemplo para el resto del país.

Clúster Tumaco

El municipio de Tumaco, puerto petrolero, maderero y aceitero del Pacífico colombiano, se encuentra a 300 kilómetros de la capital de Nariño. Se puede acceder a él por vía terrestre desde Pasto luego de 5 horas en automóvil por una buena y señalizada autopista o, por avión desde Cali en la única ruta aérea disponible actualmente. Para llegar desde Pasto se cruzan varios pisos térmicos y parques naturales, disfrutando de magníficas cascadas que rompen el paisaje montañoso. La población cuanta con todos los servicios públicos, con algunas deficiencias en su alcantarillado; servicios financieros, hospitales, comercio de todo tipo y hoteles y restaurantes de calidad para todos los gustos y presupuestos. La señalización turística es buena e inclusive se observan avisos con rutas de evacuación contra tsunamis.

Principales atractivos

Algunos extranjeros prefieren disfrutar de sus manglares únicos en el mundo junto a los de Filipinas y Nicaragua; aunque los visitantes nacionales, provenientes principalmente de Pasto y Cali, visitan los fines de semana sus principales playas.

- **Playas El Morro y Bocagrande**

La playa de El Morro se encuentra ubicada en la isla que lleva su nombre. Posee una playa pequeña aunque muy limpia y bien organizada con mesas, sillas y toldos donde se disfruta del sol y la vista del mar, dominada por un arco y un montículo de piedra naturales que rompen el paisaje. En los toldos se puede disfrutar de toda clase de cocteles, mientras opciones gastronómicas de la región y hospedajes de calidad para

todos los precios, se establecen a primera línea de playa. La noche se puede terminar en alguno de los bares del centro bajo ritmos antillanos o de la región.

El segundo atractivo en importancia del municipio es la playa Bocagrande, a la cual se accede luego de 15 minutos en bote. Es preferida por aquellos que buscan paisajes más naturales y playas más blancas. Tanto su paisaje como su infraestructura hotelera conformada por pintorescos hoteles de madera resultan más agrestes pero interesantes para el público aventurero y naturalista. Es de notar la amabilidad de los lugareños y la frescura y variedad de su oferta gastronómica.

Señal Turística, Tumaco
Fuente. Unión Temporal Turismo Huitonava

Playa El Morro, Tumaco
Fuente. Unión Temporal Turismo Huitonava

Complejos hoteleros, Tumaco
Fuente. Unión Temporal Turismo Huitonava

Aunque Tumaco posee la infraestructura y los recursos naturales para convertirse en uno de los principales destinos de playa del país; el largo acceso terrestre desde Pasto y la mínima y costosa frecuencia aérea desde todo el país, restringen su mejor comercialización. Pero sin duda, el mayor problema para su crecimiento y consolidación turística siguen siendo los problemas sociales originados por el narcotráfico y los grupos armados al margen de la ley.

1.2.1.3 Definición de la vocación turística de Nariño

Colombia es una de los países con mayor biodiversidad del mundo. Hay variedad de climas, paisajes y pisos térmicos, por lo cual podría venderse todo como turismo de naturaleza. Pero hay algo en lo cual el departamento de Nariño es único, y son sus volcanes. Ellos permiten apreciar fauna, flora, corrientes hídricas y especies naturales propias de gran altitud. Pasto, su capital, se asienta en las faldas del volcán Galeras;

un atractivo adicional y factor diferenciador con la oferta de naturaleza del resto del país, es que adicional a sus volcanes, poseen lagunas, a excepción del Chiles.

Estos atractivos mueven investigadores, aventureros y público en general del país y del exterior requieren infraestructura de hospedaje y alimentación y exigen seguridad. Anteriores incursiones de grupos armados en esta zona desestimularon la visita a estos lugares, sobre todo de extranjeros. Aunque los accesos se encuentran en aceptable estado, el equipamiento es deficiente, así como los atractivos o los mix de actividades alternas al turismo de naturaleza, dado que las poblaciones receptoras son tradicionalmente rurales y agrícolas y tienen poco que ofrecer.

Dado que el objetivo de desarrollar una vocación por departamento es que ésta indique el norte de las políticas del sector, se deben adecuar, capacitar e integrar entonces los destinos y atractivos de poblaciones circundantes a las rutas de volcanes y lagunas, ya que en la actualidad se presentan desarticuladas y con poco qué mostrar al turista.

La tipología secundaria del departamento es cultural y se define a partir de su cercanía e integración con la cultura andina, de la cual es sede de su Encuentro Internacional. La región es la única zona de Colombia que perteneció al antiguo imperio Inca y conserva rasgos en común con Chile, Ecuador y Perú. Esta cercanía, sumada al alto interés reciente de occidente por volver a conectarse con sus raíces culturales, ha hecho de Nariño un lugar que reúne y difunde saberes ancestrales y medicina tradicional indígena. Es posible entonces encontrar música e instrumentos chamánicos, conocer lenguas nativas, asistir a rituales y ceremonias, adquirir artesanías o disfrutar de muestras de la gastronomía andina.

Cabe destacar que el Carnaval de Negros y Blancos, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad. Este es un evento que surge de tradiciones españolas, andinas y afro-descendientes, y tiene lugar en todo el departamento, con influencia incluso en Cauca y Putumayo. Es una celebración de convivencia, respeto y alegría con alcance nacional e internacional.

En conclusión, la fortaleza para desarrollar turismo de naturaleza en el departamento se concentra en sus majestuosos volcanes, que a la vez conectan al turista con tradiciones y costumbres de los pueblos que los veneraron. De esta forma, su principal

atractivo, el carnaval, permitirá que los visitantes descubran estos encantos por explorar y se supere la estacionalidad del turismo en Nariño.

1.2.2 PORTAFOLIO DE ACTIVIDADES

Identificación de actividades según selección

En el análisis del departamento de Nariño se han encontrado las siguientes actividades realizadas de acuerdo a la selección de los clúster, micro clúster, rutas y circuitos

A) Ferias y carnavales.

Foto: Carnaval de Negros y Blancos
Fuente: www.colombia.travel.com

Las calles de Pasto se llenan de colorido con creaciones artísticas gigantes de escultores nativos para el gran acontecimiento festivo del suroccidente del país. El Carnaval de Negros y Blancos, que tiene lugar todos los años del 28 de diciembre al 6 de enero. Durante los últimos días los participantes se maquillan de negro y con talco blanco, para simbolizar la igualdad y el respeto en una celebración cargada de convivencia y alegría.

B) Gastronomía

Es típico de la parte montañosa del departamento el cuy como plato más representativo de la gastronomía de esta región. Esta exquisita carne generalmente la

sirven acompañada con papas, ají y maíz. Se disfruta también del cerdo “hornado” o la fritada.

Foto: Ceviche de piangua. Fuente: www.aldia.cr

Ya en la costa, el cambio de clima invita a nuevas alternativas de mar como el ceviche de Piangua, el carapacho de cangrejo o el encocado de piangua.

C) Artesanías

Foto: Sombreros de Sandoná. Fuente: www.artesaniasdecolombia.com.co.

Nariño es un departamento muy rico en artesanías y se reconoce el trabajo de destacados artesanos. Las artesanías más destacadas son: los sombreros de iraca que se elaboran en Sandoná, las tallas de madera, el barniz de Pasto o mopa–mopa, los enchapados en tamo, el repujado en cuero y las cerámicas.

D)Actividades religiosas

Foto. Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas Fuente.:wwwgreeneye.com

Pasto es reconocida como Ciudad Teológica de Colombia; tiene varios monumentos religiosos como la catedral, la iglesia de Cristo Rey y la iglesia San Juan Bautista, que invitan a la peregrinación. Pero es el Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas el que constituye el principal foco de atracción en este marco y su visita hace parte de las rutas más estructuradas a nivel nacional e internacional que incluyen Manizales, Buga y Popayán.

E) Sol y playa

Quienes buscan una opción de sol y playa, y desean alternativas diferentes a las ofertas tradicionales de la costa norte del país, pueden llegar a Tumaco, que cuenta con las playas de Bocagrande y las limpias y suaves arenas de la Isla El Morro, ideales para el descanso, en centros recreacionales y cabañas, con el adicional de una excelente gastronomía.

F) Naturaleza

Estudios científicos

El volcán Galeras ha sido durante años punto de observación y estudios geológicos y vulcanológicos de científicos nacionales y extranjeros. El hecho de que esté activo y

registre erupciones recientes lo convierten en un laboratorio vivo. Adicionalmente, la Reserva Natural Biotopo permite el estudio de especies de ranas venenosas únicas.

Observación de fauna y flora

Esta actividad se realiza en los variados volcanes y lagunas con que cuenta el departamento, tales como el Chiles, el Azufral, el Cumbal o la Laguna Verde, con alturas superiores a los 3.000 metros.

Laguna Verde en el cráter del volcán Azufral – Nariño. Fuente: www. skyscraperlife.com

También es posible disfrutar de manglares en el PNN Sanquianga; bosques tropicales en la reserva del río Ñambí; bosque de niebla en el Morar; y tucanes, grillos, osos de anteojos y venados en La Planada.

G) Deportes de aventura

Aventura

La geografía y el variado paisaje permiten la práctica de diversos deportes de aventura: el parapente se puede disfrutar a 25 kilómetros de Pasto en un lugar conocido como el Mirador, en el municipio de Yacuanquer, en las faldas del volcán Galeras.

El kayak y el rafting es posible realizarlos en los rápidos del río Guáitara, en un trayecto que marca la frontera con Ecuador, destacándose también los recorridos por el río

Patía en Taminango o en el río Juanambú en Buesaco. En esta última población, a 25 kilómetros de Pasto, su puente colgante es ideal para la práctica del bungee jumping.

La escalada en roca, una actividad que se empieza a desarrollar en el departamento, cuenta con unos excelentes escenarios naturales en las formaciones de piedra de Genoy, a 20 minutos de Pasto; o en los 100 metros de altura del Farallón de Maragato en el municipio de Nariño.

Excusiones y visitas

La cercanía no sólo geográfica sino cultural entre Nariño y la vecina República del Ecuador, hace posible el permanente movimiento de turistas entre las dos fronteras. Existen acuerdos firmados, así como un proyecto binacional de turismo en construcción y una marca Ecuador–Colombia: Dos Países…Un Solo Destino. Es así como una actividad obligada luego de visitar el Santuario de las Lajas, es pasar la frontera para hacer compras y visitar la ciudad de Tulcán.

1.3 FACTOR DE PRODUCCIÓN

1.3.1 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

1.3.1.1 Volumen de la oferta

Nivel de diferenciación de la oferta

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

Prestadores de servicios turísticos de Pasto

Empresa prestadora de servicio con RNT	No.	%
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	173	77.57
Agencias de viajes y turismo	26	11.65
Guías de turismo	11	4.93
Agencias de viajes operadora	9	4.03
Empresas de transporte terrestre	3	1.34
Oficina de representación turística	1	0.44
TOTAL	223	100

Fuente: Registro Nacional de Turismo. Marzo 2012

Fuera de su capital, a diciembre de 2011, en Nariño se contaba con 102 establecimientos como prestadores de servicios turísticos debidamente formalizados en el Registro Nacional de Turismo –RNT. Cabe destacar que, si bien están formalizados, se presenta en un bajo porcentaje de registros debido a que existe desconocimiento de la normatividad, de los beneficios, y porque la actividad económica relacionada con el turismo es aún incipiente en el departamento. A continuación se relacionan las empresas prestadoras de servicios:

Prestadores de servicios turísticos del departamento de Nariño– fuera de la capital -

Empresa prestadora de servicio con RNT	No.	%
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	82	80.39
Agencias de viajes y turismo	16	15.68
Agencias de viajes operadoras	2	1.96
Oficina de representación turísticas	1	0.98
Gastronomía	1	0.98
Total	102	100

Fuente Registro Nacional de Turismo. Marzo 2012

Establecimientos de alojamiento y hospedaje

En Nariño, el grupo de alojamiento y hospedaje que incluye hoteles, hostales, posadas y residencias, es el más representativo dentro de las empresas prestadoras de servicio con 173 en zona capital y con 82 entre las demás ciudades, así: Ipiales 51 y Tumaco 31. Ver siguiente cuadro.

Establecimientos de alojamiento y hospedaje

Principales municipios	Cantidad	%
Pasto	173	67.84
Ipiales	51	20
Tumaco	31	12.15
Total	255	100

Fuente: Registro Nacional de Turismo. Marzo 2012

Agencias de viajes y turismo

En segundo lugar, como prestadores de servicio se encuentran las agencias de viajes y turismo en la capital, con 26 y, fuera de ella 16. Se observa así que Pasto es el principal receptor en la región, para programar y planear viajes y turismo, tanto hacia el interior del departamento como hacia el exterior de él.

Guías de turismo

En tercer lugar se encuentran los guías de turismo, hay 11 en la capital, lo cual representa el 4.93% del total. Es preciso señalar que ésta es una actividad a la que le falta reconocimiento y valoración de su labor y de las personas realizan. Fuera de Pasto, no se registra tal actividad.

Agencias de viajes operadoras

Pasto cuenta con 9 agencias de viajes operadoras y fuera en el resto del departamento operan otras dos. Son unas empresas que cada día se proyectan de mejor manera a un turismo receptivo, tanto para la ciudad como para el resto del

Departamento. Nariño en la actualidad ofrece a través de la Oficina del Departamento de Turismo, viajes con diferente vocación turística a los distintos destinos de la región, con el propósito de crear hábito en turismo y cultura turística.

Empresas de transporte terrestre automotor

Las empresas de transporte terrestre son tres (3) y representan un 1.34% de las entidades prestadoras de servicios turísticos. Sigue siendo muy reducido el servicio formalizado, individual o en grupo, para hacer turismo en vehículos automotores de alquiler.

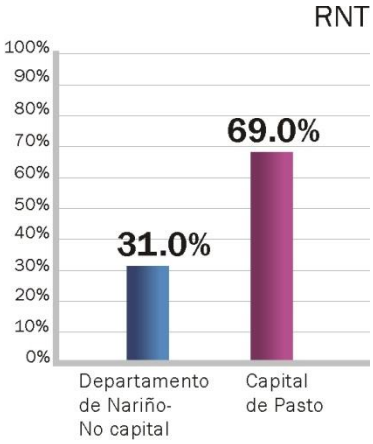
Oficina de representación turística

Opera sólo una (1) Oficina de representación turística.

Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico.

En Tumaco sólo hay un (1) registro y ello indica el poco interés y motivación para cumplir la formalidad de registro que exige el sector.

A continuación se presenta la relación de los prestadores de servicios turísticos de Pasto, frente al resto del departamento, a diciembre de 2011.



Las ciudades diferentes a la capital, que siguen en orden de importancia turística, son Ipiales y Tumaco. La primera ofrece un atractivo por ser ciudad fronteriza y la segunda por ser puerto marítimo; la información disponible ratifica que son numerosos los prestadores de servicios que no están formalizados debido a múltiples factores como: desconocimiento, no es requisito legal, implica costos, falta de interés, entre otros. A su vez, los hoteles mantienen alta ocupación durante todo el año, por cuanto Nariño por ser zona de frontera recibe una gran cantidad de visitantes extranjeros, especialmente los llamados "mochileros", que viajan recorriendo Suramérica. Una situación parecida se presenta en lo relacionado con el sector de restaurantes y similares.

De otra parte y con el fin de recolectar información de primera mano que permitiese conocer la realidad empresarial del departamento, se tomó una muestra estadística, cuyos datos fueron recolectados de dos fuentes:

La primera corresponde a la base del registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la otra de datos remitidos por el líder departamental que consignaba los establecimientos que prestando servicios turísticos eran informales y frecuentados por mercados turísticos.

La Tablaresume el consolidado de las unidades de observación del departamento discriminadas por tipo de prestador.

Prestadores de servicios turísticos de Nariño

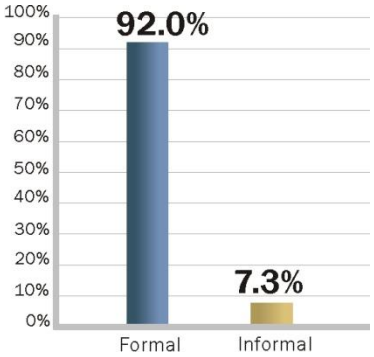
	Frecuencia	Proporción	Muestra requerida
Operador	66	17.7%	16
Alojamiento	276	74.2%	68
Guía	11	3.0%	3
Representación	2	0.5%	1
Gastronomía	13	3.5%	3
Transporte	3	0.8%	1
Compartido	1	0.3%	1
TOTAL	372		92

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

La selección de la muestra se realizó en dos fases, en la primera se calculó el tamaño óptimo de la muestra utilizando como población de referencia el total de establecimientos, mientras que en la segunda etapa se reparte la muestra óptima de acuerdo a la proporción que representa cada tipo de prestador. Consecuente con lo anterior, el paquete estadístico seleccionó 71, de un total de 92, organizados en una base de datos.

La base final consolida una representación de los datos provenientes del sector formal (RNT) correspondientes al 92,7% frente a un 7,3% del sector informal, siendo el

segundo menos representativo que el primero por la escasez de información que existe al respecto.



En el desarrollo de las visitas, la base de datos fue filtrándose, teniendo en cuenta los diferentes problemas de prestadores inexistentes, fuera de operación y otros que no atendieron la visita y que tuvieron que ser reemplazados. En consecuencia, no fue posible ubicar todos los elementos dentro de la muestra, siendo necesario aplicar las encuestas bajo el método de sondeo de forma intencional[36].

De las encuestas realizadas [37] que se registran en la Base de datos [38],se distribuyeron así: Pasto (71%), Ipiales (13%), La unión (1), Tumaco (14%), Túquerres (1%); las cuales midieron el cumplimiento de estándares de calidad, basado para ello en normas técnicas sectoriales y la brecha existente entre el empresario y la competitividad. Los resultados se presentan a continuación.

Identificación de cadena de valor del turismo[39].

Para entender la cadena de valor del sector turístico, es importante analizarla desde dos puntos de vista:

a. La cadena de valor interna

Formada por la integración de las empresas que operan en él; es decir, la cooperación dada entre ellas con el fin de generar valor agregado ofertando servicios eficientes y proporcionando ventajas competitivas al destino; como recoge Buhalis (2003:130) "…la cooperación efectiva e incluso el sentimiento de destino compartido entre los principales agentes serán también esenciales para la provisión y distribución de productos turísticos perfectos".

36 Dado que el la inclusión de elementos en la muestra se hace de forma intencional, el muestro se considera no probabilístico, por lo cual las conclusiones que de aquí se desprenden son únicamente aplicables a la muestra y en ningún caso pueden ser generalizas a la población de referencia.

37 Ver anexo Base de datos

38 Ver anexo Registro de visitas Caldas

39 Ver anexo Alojamientos, gastronomía, operadores

De acuerdo con lo anterior y del análisis de la información recabada a partir de las entrevistas hechas a prestadores de servicios turísticos, se concluye:

- En general, el aspecto relacionado con la cooperación no es evidente entre los prestadores analizados en Nariño; las empresas siguen trabajando de manera individual sin que sean notorios los esfuerzos hacia una cultura asociativa, caso de los hoteles y restaurantes ubicados en La Unión, Ipiales y Túquerres. Tan solo en los pocos hoteles agremiados (COTELCO), todos ellos ubicados en Pasto, los administradores informaron contar con alianzas con agencias de viajes, mayoristas y otras empresas. No existe en el departamento, una fuerza empresarial turística que dirija esfuerzos hacia la anhelada competitividad.

- Algunas empresas operadoras de Pasto en turismo receptivo, han realizado alianzas de promoción de sus productos y servicios. Igualmente, existen en Tumaco, alianzas con agencias de viajes operadoras, para el ofrecimiento y empaquetamiento de servicios.
- Algunos de los empresarios encuestados comentaron acerca de iniciativas individuales, que no tienen cimiento precisamente por falta de un trabajo cooperado.

- No se han adelantado convenios con la academia para capacitaciones, evaluaciones, estudios de factibilidad etcétera.

b. La cadena de valor externa

Entendida como la relación de los prestadores de servicios turísticos con otros sectores económicos; ejemplo de ello son los nexos que establecen con proveedores de bienes y servicios que hacen presencia en el destino como productores agrícolas, suministros de aseo, de lencería, de tecnologías y de artesanías, por mencionar algunos.

Los resultados más relevantes referidos a la articulación de los prestadores de servicios turísticos con los demás sectores económicos, fueron:

- Los diferentes establecimientos hoteleros y restaurantes de los municipios, son familiares y pequeños que no alcanzan a dinamizar la proveeduría, su actividad se

limita al alquiler de una habitación, no hay prestación de servicios de alimentos y bebidas y servicios complementarios. Sus suministros de habitaciones son mínimos.

- La proveeduría de las empresas organizadas corresponden a productos agrícolas de la región.

- La proveeduría de las empresas organizadas (hoteles ubicados en Pasto), para productos hoteleros como amentéis, lencería, vajillas, baterías de cocina, se realiza en Bogotá y Medellín por precio y calidad. En la región solo se abastecen de productos agrícolas.

- No hay alianzas con otros sectores de la economía, como la manufacturera, agroindustria y servicios.

1.3.1.2 Sistemas gerenciales[40]

Paquetes estadísticos, innovación tecnológica, procesos.

En un mundo cada vez más globalizado, es imperiosa la necesidad de incorporar tecnologías que permitan, de una parte un flujo de información confiable y dinámica y de otra, mejorar la operación interna de las empresas, conllevando al interrelacionamiento entre prestadores. La industria turística, se dinamiza en la manera eficaz en que los procesos de comunicación presentan nuevos e innovadores productos y/o servicios tanto para agentes como para turistas, a la vez que responde a los continuos cambios de una demanda cada vez más exigente.

Incorporación de TIC

Las conclusiones más relevantes en la incorporación de tecnologías para la información y la comunicación de los empresarios visitados, fueron:

- Los prestadores de servicios turísticos carecen de estas importantes herramientas que les permita dar a conocer sus productos y servicios.

[40] Ver anexo Alojamentos, gastronomia, operadores

- Los establecimientos hoteleros y restaurantes en un 90% son primarios; no cuentan con servicio de internet; la tecnología está limitada al servicio de un teléfono local y minutos a celular.

- En la mayoría de hoteles se pudo evidenciar que su sistema de reservas es un cuaderno de notas, donde finalmente el control de la llegada de huéspedes se limita a los pasajeros de cada día.

- No existe un pronóstico de ocupación (forecast) en los alojamientos, requisito fundamental en la operación hotelera.

- Algunos hoteles, caso Tumaco, usan el internet y cuentan con un correo electrónico que los identifica, pero no existe un control de chequeo o seguimiento para la preventa de sus servicios.

Cultura organizacional.

En las visitas realizadas, se pudo comprobar que el 80% de las empresas turísticas de los diferentes municipios, no cuentan con una estructura organizacional; esto debido a que se trata de empresas familiares, con un máximo de 4 a 6 empleados.

Algunos establecimientos manifestaron contar con manuales de funciones, sin embargo no se evidenciaron pues no están documentados, corresponden a listas de táreas diarias y sin una programación establecida.

Las empresas mejor estructuradas, ubicadas en Pasto, sí han definido una estructura organizacional y nivel de jerarquía; por lo general existe un propietario y hay una designación de funciones en un administrador.

Comportamiento financiero de las empresas turísticas

- El manejo financiero es empírico y tradicional, sin ningún tipo de análisis del comportamiento del negocio, que les permita la toma de decisiones correcta y oportuna. La mayoría de alojamientos de Pasto de la base de datos establecida, operan en casas de familia readecuadas o en arriendo, es así que su operación financiera se limita “al peso demás” recibido por la venta de una habitación diaria.

- Los establecimientos visitados en su mayoría corresponden a régimen simplificado, su infraestructura está entre 10 y 15 habitaciones.

- No cuentan con software y hardware para el manejo de toda su información financiera, contable, de costos, nómina etcétera.

- Se evidencia, en la gran mayoría, no contar con políticas en el manejo de proveedores, manejo de cartera, estudios de factibilidad del negocio, capacidad de endeudamiento y liquidez.

- Los hoteles mejor organizados, todos ellos ubicados en Pasto, cuentan con un manejo financiero eficiente y organizado; son de régimen común. Cuentan con una estructura financiera con definición de funciones y roles, que permiten obtener una información clara, oportuna y real del negocio para la medición de la rentabilidad y sostenibilidad del mismo.

- Los restaurante visitados, correspondieron a pequeños negocios, los cuales no cuentan con estudio de proveedores, manejo de recetas estándar, proyección de precios, políticas etc. Son restaurantes de tradición familiar.

Mecanismos de financiación utilizados por las empresas turísticas.

- Algunos hoteles organizados de Pasto han hecho inversiones con capital propio; otros han accedido a exenciones tributarias; pocos han contado con créditos bancarios y leasing.

- Los pequeños empresarios analizados, desconocen las líneas de crédito para turismo y tienen temor de acceder a ellas por los requisitos exigidos por las entidades crediticias.

Conocimiento del mercado y mecanismos de promoción y venta por parte de las empresas

- En el departamento en general se evidencia el crecimiento notable de montaje, creación de empresas hoteleras y restaurantes; sin embargo, en el 80% de las mismas no existe un proyecto de factibilidad del negocio, donde se enmarque el estudio de mercado, tipos de clientes, estudio de oferta y demanda.

- No existe una fuerza de ventas, con una estructura claramente definida; sus ventas y promoción se basan en el referido o voz a voz y, el reconocimiento logrado por la tradición del establecimiento.

- Para los hoteles de pasto, mejor estructurados, el mercado es netamente corporativo; su pernoctación promedio es del 1,74%, el tipo de clientes y visitantes son empresarios que arriban al destino por negocios; los mayores días de ocupación son de martes a viernes, cayendo notablemente en fines de semana.

- La hotelería organizada agremiada a COTELCO, de los cuales algunos como el Cuellars, Galerías y Fernando Plaza, que hacen parte de la muestra, cuentan con página web y participan en ferias como ANATO para la comercialización de sus establecimientos.

Recurso humano y adopción de esquemas de calidad en empresas turísticas.

- Las empresas turísticas en Nariño no han incursionado en esquemas de calidad, a excepción de algunos hoteles agremiados a COTELCO, que han proyectado el número de estrellas a las que aspiran; no existen en el departamento hoteles categorizados.

- No existe cultura y conciencia de la importancia de la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

- El 80% de las empresas no tienen establecidos procedimientos y políticas claras de contratación; no cuentan con perfiles para los diferentes cargos.

- Los diferentes empleados entrevistados no poseen la acreditación en competencias laborales otorgadas por el SENA; no es fácil en Nariño conseguir personal que responda a las necesidades de las empresas. Según informaron los administradores y/o propietarios, en ocasiones acuden al SENA; sin embargo, mencionan la falta de continuidad en los programas de capacitaciones que desarrolla esta entidad en los diferentes municipios.

- No han diseñado un plan de acción de capacitaciones para el personal durante el año vigente, ni establecido los procesos de capacitación e inducción de cargos.

Porcentaje de ocupación

La temporada alta para el turismo en la región andina del departamento se relaciona con las fiestas de fin de año y comienzo de año nuevo. Esto, debido principalmente a la tradición cultural que celebra una serie de actividades festivas de carácter sincrético y a los carnavales festejados en toda la región.

En Semana Santa se registra un alza en la afluencia de turistas, principalmente en las ciudades de Ipiales, por las romerías al Santuario de Las Lajas, y a Pasto, por la majestuosidad de la celebración de este rito religioso.

En la costa pacífica, principalmente en Tumaco, las temporadas altas se registran entre el mes de diciembre, finales de febrero y comienzos de marzo, según corresponda en el calendario de cuaresma para la realización del carnaval; también, Semana Santa y mitad de año por las vacaciones escolares.

Los hoteles con RNT que hay en Nariño son 255; ellos que cuentan con 3.800 habitaciones aproximadamente; unas 7.500 camas, de las cuales, según proyección basada en estadísticas de la Policía de Turismo, suministrada por la Oficina Departamental de Turismo, en promedio día se utilizan 2.750; lo que corresponde a un 37% de ocupación.

A continuación se presentan las cifras de ocupación hotelera aportadas por COTELCO:

Hotel		Ene	%	Feb	%	Mar	%	Abr	%	May	%	Jun	%
Agualongo	PAX	748	21	399	11	614	17	588	16	423	12	467	13
	HAB	492	29	358	21	512	30	450	27	404	24	403	24
Americana	PAX	394	32	251	20	331	27	383	31	255	21	329	27
	HAB	244	31	191	24	242	31	241	31	200	26	223	29
Cuellar`s	PAX	760	33	914	40	1,010	44	693	30	985	43	939	41
	HAB	579	36	892	56	899	57	627	39	916	58	845	53
Don Saul	PAX	266	14	420	22	776	40	402	21	793	41	524	27
	HAB	238	20	305	26	447	38	292	25	482	41	340	29
El Dorado	PAX	493	32	307	20	614	39	538	34	585	38	521	33
	HAB	287	33	204	23	399	46	346	40	380	44	331	38
Fernando Plaza	PAX	352	23	260	17	465	30	504	33	486	32	512	33
	HAB	280	27	251	25	406	40	439	43	448	44	484	47
Galerias	PAX	285	25	253	22	370	32	262	23	320	28	397	35
	HAB	227	12	244	13	327	17	206	11	287	15	284	15
Loft Hotel	PAX	318	38	358	43	550	65	372	44	380	45	382	45
	HAB	300	42	344	48	506	70	355	49	368	51	361	50
Total	PAX	3,616	27	3,162	24	4,730	37	3,742	29	4,227	32	4,071	32
	HAB	2,647	29	2,789	30	3,738	41	2,956	33	3,485	38	3,271	36

Hotel		Jul	%	Ago	%	Sep	%	Oct	%	Nov	%	Dic	%	Total
Agualongo	PAX	424	12	516	14	565	16	488	14	670	19	412	12	6,314
	HAB	355	21	420	25	503	30	438	26	567	34	376	22	5,278
Americana	PAX	418	34	427	35	319	26	270	22	428	35	304	25	4,109
	HAB	292	37	308	39	260	33	218	28	286	37	470	60	3,175
Cuellar`s	PAX	917	40	1,362	59	1,106	48	995	43	1,219	53	646	28	11,546
	HAB	772	49	1,067	67	1,005	63	914	57	1,089	68	510	32	10,115
Don Saul	PAX	620	32	560	29	615	32	380	20	607	32	246	13	6,209
	HAB	380	32	420	36	387	33	350	30	483	41	196	17	4,320
El Dorado	PAX	899	58	578	37	420	27	444	28	589	38	312	20	6,300
	HAB	537	62	415	48	330	38	325	37	385	44	433	50	4,372
Fernando Plaza	PAX	464	30	504	33	574	38	437	29	516	34	338	22	5,412
	HAB	439	43	491	48	560	55	426	42	498	49	272	27	4,994
Galerias	PAX	580	51	461	40	298	26	379	33	338	30		0	3,943
	HAB	313	16	322	17	276	14	322	17	306	16		0	3,114
Loft Hotel	PAX	343	41	399	48	399	48	403	48	406	48	243	29	4,553
	HAB	322	45	393	55	389	54	398	55	398	55	217	30	4,351
Total	PAX	4,665	37	4,807	37	4,296	32	3,796	30	4,773	36	2,501	19	48,386
	HAB	3,410	38	3,836	42	3,710	40	3,391	37	4,012	43	2,474	30	39,719

Calidad en los servicios[41].

A continuación se presenta un análisis de la información recogida mediante la aplicación de listas de chequeo a los prestadores de servicios turísticos, que permitió establecer la caracterización en términos de calidad de la oferta turística del departamento. Las variables que permitieron realizar dicha caracterización se determinaron con base en los estándares de calidad sectoriales, como se describe a continuación:

[41] Ver anexo Alojamientos, gastronomía, operadores, guías.

Tabla Normas técnicas sectoriales aplicadas

Prestador	NORMA TÉCNICA SECTORIAL APLICADA
Establecimientos de gastronomía	NTSUSNA-007 "Norma sanitaria de manipulación de alimentos"
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	NTSH 006 Categorización de hoteles de 1 estrella NTSH 007 Posadas turísticas
Agencias de viajes operadoras	NTS AV04 Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes
Guías turísticos	NTS GT 001 A GT 004 Para la prestación del servicio de guianza

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

De otra parte, hubo visitas que no pudieron realizarse, por las razones expuestas en el siguiente cuadro:

Tabla causales de no aplicación del instrumento

No.	PRESTADOR	MUNICIPIO	CAUSAL DE NO APLCIACIÓN DEL INSTRUMENTO
1	Viajes Galeras Ltda.	PASTO	No existe
2	Turisur Ltda		
3	Agencia de Viajes y Turismo Sur andina Tours Ltda.		Se encontró cerrado
4	Transnuevo Milenio Ltda.		
5	Leonel Pantoja Atiz		No se encontró
6	Marilyn Natali Quintero Chamorro		
7	Aventúrate por Nariño		
8	Flor Elisa Botina Gelpud		
9	Servicios Aéreos Ltda. Sayt Ltda.	TUMACO	Se encontró cerrada
10	Aerovías del Continente Americano S.A. Avianca S.A.		Es la misma que Agencia de Servicios de Viajes y Turismo Ltda.
11	Ecoturístico el Mirador Playas del Morro		No se encontró
12	American Tours Viajes y Turismo	IPILAES	No se encontró
13	Hotel y Restaurante la Avenida de Flores		No existe

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

a. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (hoteles)

La mayor concentración de establecimientos hoteleros en la ciudad de Pasto (57% del total de la muestra analizada), se ubicó en los barrios surorientales, en el sector del terminal, en las zonas aledañas a la plaza de mercado y en el centro de la ciudad.

En las primeras zonas, se encontraron hoteles muy primarios, sin conocimiento en cuanto a criterios de calidad; su infraestructura, servicio y personal, así lo evidencian. Sus tarifas están entre $10 mil y $20 mil persona por noche; algunos prestan sus servicios por horas.

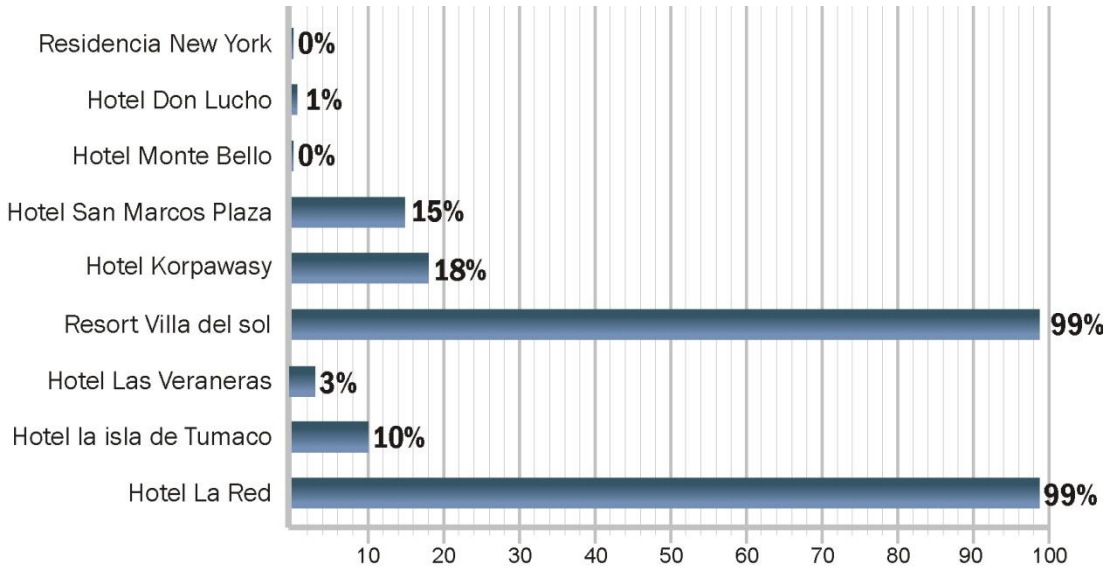
Como sus nativos lo manifiestan en Tumaco, existen 3 clasificaciones de establecimientos prestadores de servicios turísticos y hoteles: de gama alta, gama media y gama baja. A pesar de existir estas distinciones, en los temas evaluados de calidad existen muchas deficiencias, haciéndose inminente su implementación en todas las "gamas", más aún cuando se evidenciaron grandes inversiones en infraestructura, maquinarias, equipos y vehículos. Tumaco cuenta con una buena gastronomía, pero existen deficiencias en las prácticas de producción.

Porcentaje de cumplimiento alojamientos

No.	Hoteles en Nariño	% de Cumplimiento	Municipio
1	Hotel Cuellars	89%	Pasto
2	Hotel Galerías	89%	
3	Hotel Atenas	0%	
4	Hotel la Maison del Ejecutivo	85%	
5	Hotel Bahamas	0%	
6	Hotel Premier	53%	
7	Hotel Ilusiones de Pasto	0%	
8	Hotel Hawai	0%	
9	Hotel los dos Amigos	0%	
10	Hotel Dalmacia	0%	
11	Hotel Cielo Azul	0%	
12	Hotel Kalidad	0%	
13	Hotel Panorama Center	0%	

14	Hotel las Vegas Pasto	0%	
15	Hotel y Cafetería Omega	0%	
16	Residencias Suiza G.T.	0%	
17	Hotel Paraíso del Sur	0%	
18	Hotel Miramar Pasto	0%	
19	Hotel Bahía Star	0%	
20	Hotel Metropol Pasto	0%	
21	Hotel Scala Pasto	0%	
22	Hotel Colonial Fátima	0%	
23	Hotel Panamericano del sur	0%	
24	Residencias 2000	0%	
25	Hotel Caprichos	0%	
26	Hotel Mónaco Sur	0%	
27	Hotel Libertad	0%	
28	Hotel Imperial Pasto	0%	
29	Hotel Torre Ideal	0%	
30	Hotel San Miguel	0%	
31	Hotel Surandino	0%	
32	Hotel las Brisas del Sur	0%	
33	Hotel Real Confort	0%	
34	Hotel Fernando Plaza	89%	
35	Hotel Paola	0%	
36	Hotel los Andes GMC	0%	
37	Hotel Rey del Sur	0%	
38	Hotel Galeras	0%	
39	Hotel Vymar	0%	
40	Hotel Doral Plaza	0%	
41	Juan Sebastian Hotel	0%	
42	Hotel Nogal Suite	0%	
43	Residencias el Potrerillo	0%	
44	Hotel Luz de Luna	0%	
45	Hotel Boutique Casa López	0%	
46	Hotel Kiss	0%	
47	Hotel los Andes GEC	0%	
48	Hotel Carnaval Plaza S.A.S	0%	

49	Sociedad Ariston Pasto	0%	
50	Hotel Casa Blanca	0%	TUMACO
51	Hotel la Red	99%	
52	Asfam o el Túnel	0%	
53	Hotel la Isla de Tumaco	10%	
54	Hotel Don Luis	3%	
55	Hotel las Veraneras	3%	
56	Hotel Bar la Ramada	83%	
57	Resort Villa del Sol	99%	
58	Hotel Zaracay	16%	IPIALES
59	Hotel Korpawasy	18%	
60	Hotel el Dorado de Ipiales	18%	
61	Hotel San Marcos Plaza	15%	
62	Hotel Catalina de Ipiales	15%	
63	Hotel Monte Bello	0%	
64	Hotel el Diamante de Ipiales	11%	
65	Hotel Don Lucho	1%	
66	Hotel la Cascada	0%	
67	Residencias New York	0%	
Promedio cumplimiento hoteles Nariño		12%	



- Tan solo 6 hoteles (3 de Pasto y 3 de Tumaco), presentaron cumplimientos superiores al 80%; ellos representan los alojamientos mejor constituidos de la muestra analizada.

- El bajo promedio se explica por las características físicas y condiciones de servicio de la mayoría de establecimientos analizados; en la aplicación de las listas de chequeo, fue evidente que si bien comentan acerca de planes de saneamiento, de control de plagas, de programas de limpieza y desinfección y de seguridad, éstos no están documentados; teniendo en cuenta que sus servicios están dirigidos a un mercado no turístico y poco exigente que está dispuesto a pagar mínimas sumas por el alojamiento, hace que los propietarios o administradores no estén interesados en mejorar su planta física, ni sus procesos de servicio y su personal no es competente para las labores que desempeña. Llama la atención que son en su mayoría formales, contando con RNT vigente, según base de datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- Preocupa que, en las visitas realizadas, específicamente en los municipios de Pasto, Ipiales, Tumaco, Túquerres y la Unión, fue evidente la apertura de hotelería informal.

- La mayoría cuenta con una capacidad entre 7 y 25 habitaciones promedio y están establecidos en casas readecuadas.

- El 90% no posee una señalización adecuada, según la reglamentación vigente y no cuenta con un plan de contingencia o emergencias en casos fortuitos, como desastres naturales, atentados y delincuencia.

- El 90% cuenta con una sola entrada de ingreso, resaltando que en su mayoría consta de un largo hall y una puerta de hierro de seguridad.

- En el 85% de los hoteles no existe el montaje de un front desk formal, para la realización de los check-in y check-out del hotel.

- No se encontraron rampas accesibles para personas discapacitadas.

- Se encontró un mínimo de protección de las infraestructuras en cuánto a ubicación de extintores en lugares visibles y estratégicos.

- Se evidenció un mínimo de personal en cada establecimiento, en el que igualmente carece de un proceso formal de contratación.

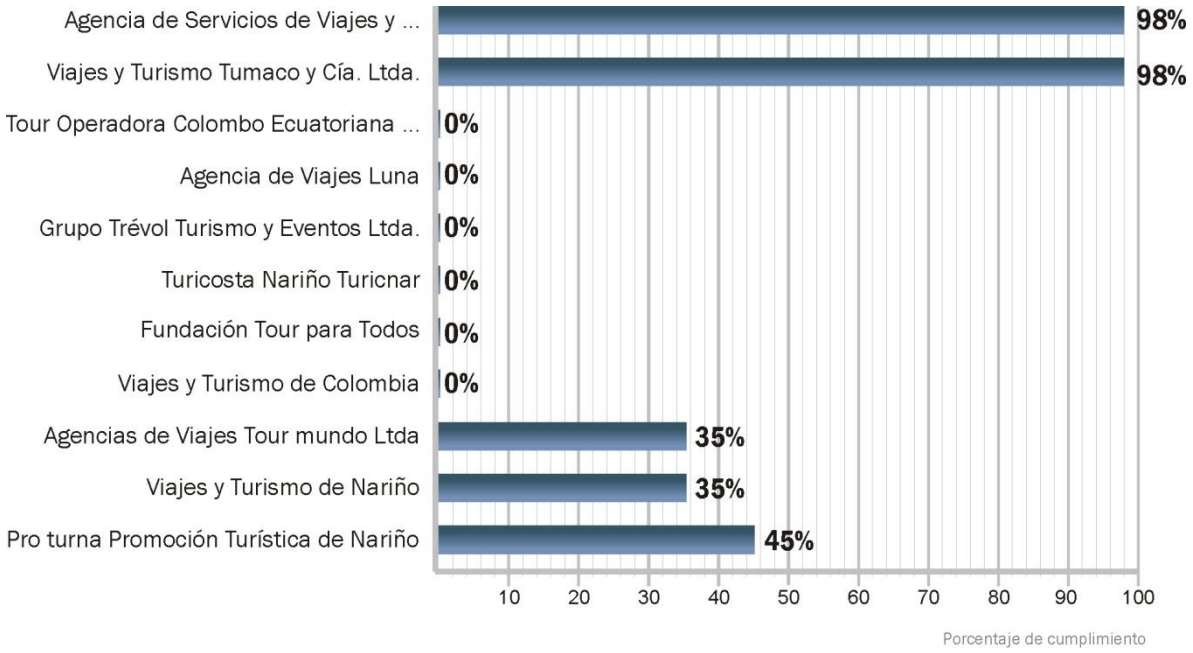
b. Agencias de viajes operadoras

Tabla Porcentaje de cumplimiento agencias de viajes operadoras

OPERADOR	% de Cumplimiento
Pro turna Promoción Turística de Nariño	45%
Viajes y Turismo de Nariño	35%
Agencias de Viajes Tour mundo Ltda	35%
Viajes y Turismo de Colombia	0%
Fundación Tour para Todos	0%
Turicosta Nariño Turicnar	0%
Grupo Trévol Turismo y Eventos Ltda.	0%
Agencia de Viajes Luna	0%
Tour Operadora Colombo Ecuatoriana Cielo y Tierra	0%
Viajes y Turismo Tumaco y Cía. Ltda.	98%
Agencia de Servicios de Viajes y Turismo Ltda.	98%

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Según la caracterización de los operadores acorde a los criterios de la norma NTS AV-04 requisitos para el diseño de paquetes turísticos en agencias de viaje, se pudo observar que el 82% presentó cumplimientos inferiores al 50%; apenas el 18% (2 agencias), cumplen con más del 90% de los requisitos.



c. Establecimientos de gastronomía[42]

Tabla Porcentaje de cumplimiento establecimientos de gastronomía

ITEM	RESTAURANTE EN LA UNIÓN	%
1	Restaurante el Buen Gusto	0
2	Restaurante Kirikikí	0

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Los dos establecimientos gastronómicos encuestados no cumplieron con los requisitos de norma. Son establecimientos no aptos para la atención de turistas ni del público en general, teniendo en cuenta que expenden alimentos y que están en la obligación de proteger la inocuidad del alimento.

[42] Ver Anexo Listas de chequeo gastronomía

1.3.1.3 Formación y capacitación

Calidad y cobertura de instituciones que ofrecen programas en turismo.

El interés por la actividad económica que significa el turismo ha despertado la necesidad de capacitación de la población, no sólo por participar en el mercado, sino por adquirir excelencia y prestigio. Es por esto que las tendencias contemporáneas en educación apuntan a hacer cada vez más accesible el servicio educativo a mayor volumen de población. Actualmente en Pasto se ofrece formación relacionada con el área de turismo, en modalidad virtual y a distancia, a niveles de técnico profesional y tecnólogo.

Esta modalidad –virtual y a distancia- ofrece ventajas significativas como el distribuir su propio tiempo y espacio de estudio, dominio en las herramientas de tecnologías de información y comunicación que encuentra en la red su mejor espacio de desarrollo y de intervención, y oportunidades de mejoramiento continuo. En un menor porcentaje, también hay ofertas en la modalidad presencial. (Ver siguiente cuadro).

Programas y modalidad en ofertas de formación en turismo en instituciones educativas y de formación de Pasto.

Institución Educativa	Nivel Educativo	Modalidad	Programa
Universidad de Nariño (Ed. formal)	Técnico profesional	Virtual	Guianza turística
Corporación Universitaria Remington (Ed. formal)	Técnico profesional	A distancia	Técnico profesional en turismo
CISNAR Sistemas (Ed. no formal)	Tecnólogo	Virtual	Tecnólogo en gestión turística
SENA	Tecnólogo Técnico profesional	Presencial	Tecnólogo en guianza turística y afines a la cadena: Tecnólogo en administración

			hotelera Tecnólogo en servicios recreativos Técnico en mesa y bar. Tecnólogo en gastronomía

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

A continuación se relaciona el número de estudiantes egresados y matriculados, por programa e institución educativa.

Institución Educativa	Programa que ofrece	Egresados	Matriculados en primer semestre de 2012
Universidad de Nariño (Ed. formal)	Guianza Turística	Sin promoción anterior	Primera promoción con 12 estudiantes
Corporación Universitaria Remington (Ed. formal)	Técnico profesional en Turismo	Sin promoción anterior	No tiene matriculados
CISNAR- Sistemas (Ed. no formal)	Tecnólogo en Gestión Turística	Sin promoción anterior	No tiene matriculados
SENA	Tecnólogo en Guianza Turística Afines a la cadena: Tecnólogo en Administración Hotelera Tecnólogo en Servicios Recreativos Técnico en Mesa y Bar. Tecnólogo en Gastronomía	Sin promoción anterior Año 2010 – 9 Año 2011 -28 Sin promoción anterior Año 2012 – 1	Primera promoción con 15 estudiantes No hay matriculados No hay matriculados 36 (terminaron curso. No se han certificado) 25 matriculados

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Tanto la Corporación Universitaria Remington como CISNAR-Sistemas, se encuentran en fase de promoción en los programas en turismo que ofrecen.

Debido a que el programa de turismo es reciente en Pasto, se cuenta únicamente con docentes con los niveles de pregrado y especialización. La formación de los docentes de la capital del departamento, según instituciones educativas con oferta de turismo, es como sigue:

Institución Educativa	Nivel De Escolaridad Docente			
	Pregrado	Especiali-zación	Maestría	Doctorado
Universidad de Nariño (Ed. formal)	100%	0	0	0
Corporación Universitaria Remington (Ed. formal)	20%	80%	0	0
CISNAR- Sistemas (Ed. no formal)	0	100%	0	0
SENA (Ed. no formal)	100%	0	0	0

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Por lo anterior se concluye que es preciso trabajar por el mejoramiento de la formación docente en el área de turismo. Se requiere que la política turística en Colombia comience a reconocer la importancia económica y social que tiene el turismo a nivel nacional e internacional y la necesidad de abrir oferta especializada tendiente a satisfacer la demanda que se proyecta.

Otro factor que incide en el estado actual de la formación y capacitación de turismo es el interés que se le da al estudio e investigación en este sector. A nivel de instituciones educativas en la ciudad de Pasto, la Universidad Mariana, la Universidad de Nariño y la Corporación Universitaria Remington, realizan cada una y por separado investigaciones pertinentes a sus propósitos.

La primera apunta a enriquecer el conocimiento del turismo del departamento, mediante el fomento y organización de actividades en la Facultad de Administración y la articulación de ésta con las necesidades surgidas del entorno académico y cultural, local y regional. En este caso se ha abordado el estudio del potencial turístico de 20 corregimientos y el inventario de atractivos de Pasto.

La segunda ha trabajado en investigaciones relacionadas con TIC y, la tercera, ha investigado sobre asuntos relativos a oportunidades de mercado para el desarrollo de proyectos productivos y oferta turística potencial.

Si bien los programas académicos ofrecidos en turismo, se ven como innovadores, a nivel del mercado laboral se identifican problemas muy sentidos y se han identificado las siguientes necesidades de formación.

- Diseño de productos turísticos.
- Capacitación en guianza turística.
- Formación en atención al cliente en gastronomía, transporte y hotelería.
- Estrategas y emprenderismo
- Gestión de calidad.
- Cultura turística
- Articulación academia - cadena productiva
- Formación para recreacionistas y gestión de eventos
- Manejo de turismo comunitario
- Inglés para la atención al turismo

Adicionalmente, uno de los principales retos en la formación y capacitación turística es la articulación de los estudiantes con el medio laboral, para lo cual, según las instituciones educativas mencionadas aplican los siguientes mecanismos:

Mecanismos de articulación de los estudiantes con el medio externo

Institución Educativa	Mecanismos de Articulación al Medio Externo
Universidad de Nariño (ED. formal)	Hacen parte de la alianza sector productivo – sector gubernamental – académico y deben conformar su propia empresa.
Corporación Universitaria Remington (Ed. formal)	La investigación con trabajos de campo. Se busca que generen sus fuentes de trabajo a través de proyectos empresariales.
CISNAR Sistemas (Ed. no formal)	Agencias y operadores turísticos.
SENA (Ed. No formal)	Práctica empresarial en 6 meses en sectores productivos con o sin contrato de aprendizaje. Desarrollo de proyectos productivos en el área. Visitas pedagógicas y empresariales guiadas. Pasantías.
Universidad Mariana (Ed. formal)	Proyección social comunitaria.

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava

Las instituciones relacionadas difieran entre sí en los mecanismos de articulación del estudiante con el medio externo, debido a que sus planes de estudio tienen diferentes énfasis en su proyección laboral dentro del sector turístico.

Ahora bien, por las razones que expuestas a lo largo de este texto, el turismo en la región nariñense todavía no está consolidado como cadena empresarial productiva y la capacidad de oferta laboral en el sector turístico es aún muy limitada; ello hace que el egresado encuentre dificultades para insertarse en el mercado laboral, pero es un avance que cuente con el respaldo de instituciones que lo acrediten como competente laboralmente.

A continuación se detallan algunos limitantes de la formación turística en el destino, los cuales reflejan las causas internas y externas que limitan impiden el impulso al crecimiento del sector turístico:

- Falta de empresas debidamente constituidas en el sector turístico. Ninguna de las pocas existentes tiene más de tres trabajadores.
- Dispersión de funciones en el sector. El turismo lo hace cualquier persona sin mayor formación en el área
- No se visualiza como una profesión rentable
- Hace falta lugares para prácticas académicas
- No hay una estructura empresarial consolidada
- Ausencia de demanda laboral
- Operación de hoteles piratas, que no demandan talento humano calificado
- Deficiente estructura de la oferta turística
- Desconocimiento de las tendencias de negocios en turismo
- Desconocimiento del perfil y las características del cliente nacional y extranjero

En consecuencia, se considera que las entidades de formación y capacitación deben asumir los siguientes retos en la formación de sus estudiantes y de la comunidad en general:

- Formar personas visionarias y emprendedoras que le apuesten al turismo como oportunidad de negocios
- Articular academia–estado–empresa para el desarrollo de proyectos productivos e investigación pertinente
- Bilingüismo
- Formación de tecnólogos o profesionales capaces de innovar en turismo
- Detener el deterioro de los recursos naturales y culturales

- Formar estructuradores de productos turísticos
- Fomentar la asociatividad en la cadena turística
- Buscar apoyo gubernamental y de cooperación internacional

Nivel de calidad y cualificación del recurso humano en el destino

El nivel de calidad y formación del recurso humano es deficiente. Según los actores locales y la observación de este componente en los destinos, el promedio de calificación en los ítems correspondientes es de 2.8, calificado en una escala de 0 a 5, donde 5 es el mejor.

Los resultados de las encuestas realizadas por este estudio, revelan que los ítems de menor calificación son: formación continua de los empleados; apoyo de los empresarios al desarrollo empresarial y la incorporación de personal de la comunidad local formada en turismo a cargos relacionados con las empresas del sector, calificados cada uno con 2 sobre 5.

Es evidente que si se quiere fortalecer el sector y generar un desarrollo empresarial con impacto económico y social a través de él, se debe asumir con seriedad y compromiso, la formación y capacitación del talento humano de la región. Importar recurso humano de lugares por fuera del departamento no sólo afecta negativamente la situación socio-cultural del entorno, sino que se crea una amenaza en la estabilidad de la empresa turística.

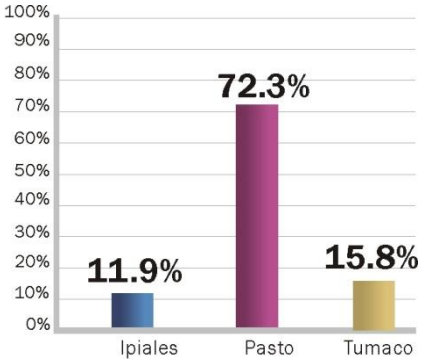
1.4 FACTORES DE GESTIÓN

1.4.1 GESTIÓN DEL MARKETING DEL DESTINO

1.4.1.1 Análisis de demanda actual

El análisis de la demanda de un producto permite determinar las variables más importantes que influyen en la decisión de los agentes al momento de elegir el consumo de un bien o servicio. En el caso de los servicios turísticos, se evidencia la relevancia del estudio de un conjunto de variables que se relacionan de forma directa con el uso o consumo de los bienes y servicios complementarios que se ofrecen dentro de la cadena de valor del turismo, pues la percepción que el turista tenga del destino, dependerá de la satisfacción o expectativas que tenga con respecto a los servicios recibidos o que espere recibir. A continuación se presenta un análisis de factores determinantes de la demanda para el departamento de Nariño, enfocado al análisis de la fidelidad y concentración de la demanda, nivel de precios y canales de comunicación, así como el estado de la demanda actual y percepción de la demanda potencial.

Con el fin de obtener una aproximación a las características del consumo actual de servicios turísticos para el departamento, se diseñó una encuesta que permite recolectar la mayor cantidad de información con respecto a la caracterización del turista, preferencias y potencialidad. La selección de las unidades de observación se realizó través del método de sondeo, utilizando una muestra intencional[43]. Del total de 101 instrumentos aplicados, la capital del departamento, Pasto, representa el 72.3% (73 encuestas) del total de la muestra, Tumaco el 15.8% (16 encuestas), e Ipiales el 11.9% (12 encuesta).



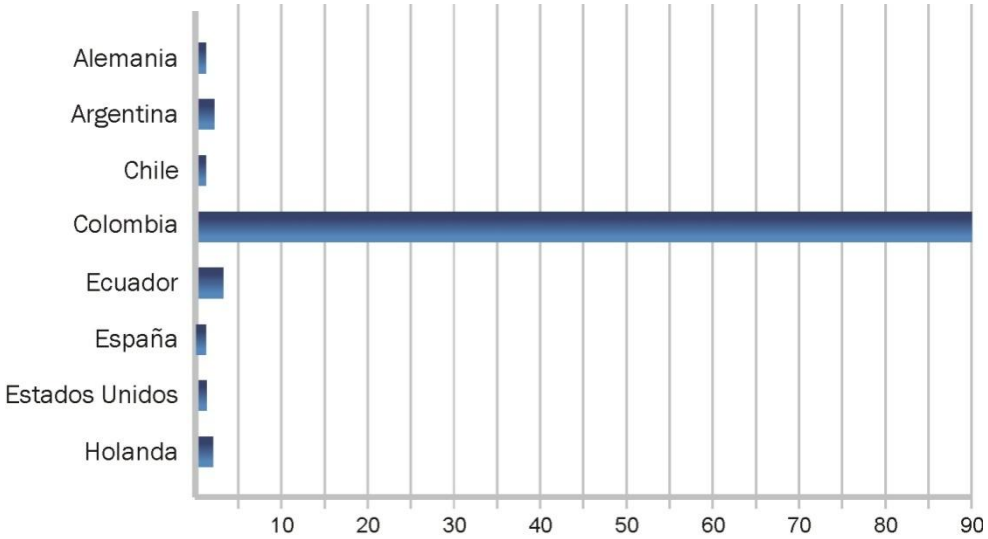
Distribución de encuestas aplicadas por municipio

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava con base en los datos de la encuesta de demanda actual

[43] Método no probabilístico, por ende las conclusiones solo son aplicables para la muestra seleccionada.

Perfil del turista

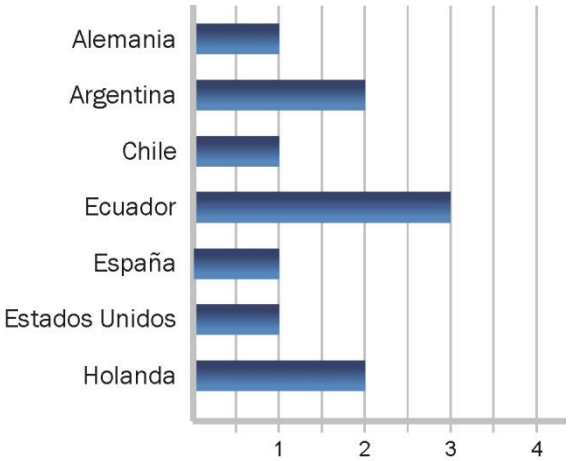
Flujo de turistas según país de procedencia



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

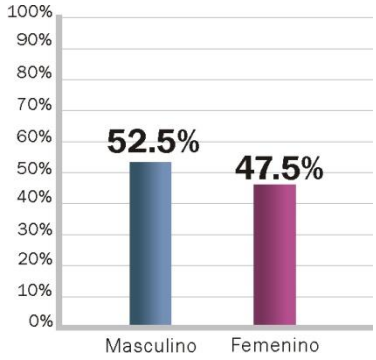
Flujo de turistas extranjeros según país de procedencia

Con respecto al país de procedencia de los turistas encuestados, el 89.1% corresponde a turistas nacionales frente a un 10.9% de visitantes extranjeros. Excluyendo a Colombia dentro del análisis, se evidencia que Ecuador, Argentina, Holanda, Alemania, Chile, España y Estados Unidos, son los principales emisores de turistas para el conjunto de los municipios incluidos en la muestra.



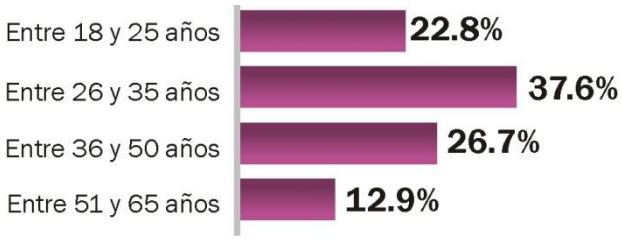
Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Encuestas por categoría de género



Por otra parte, el 52.5% de los encuestados corresponde a personas del género masculino, frente a un 47.5% de encuestados del género femenino. El análisis gráfico de la variable pareciera indicar una diferenciación entre géneros, pero a nivel de preferencias, estas se mantienen sin cambios entre los dos grupos.

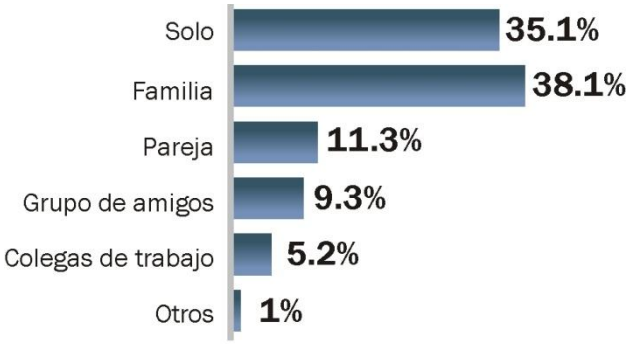
Turistas por rango de edad



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

De acuerdo con la ilustración referente al análisis por grupos de edad, se refleja una clara preferencia por el destino para el grupo de personas que se ubican en un rango edad entre los 26 y 35 años (37.6%), seguido del grupo de 36 a 50 años (26.7%), mientras que las menores participaciones se encuentran en los rangos de 18 a 25 años (22.8%), y personas entre 51 y 65 años que representan el 12.9%.

Preferencias del turista con respecto a la persona o grupos de personas con quien prefiere viajar

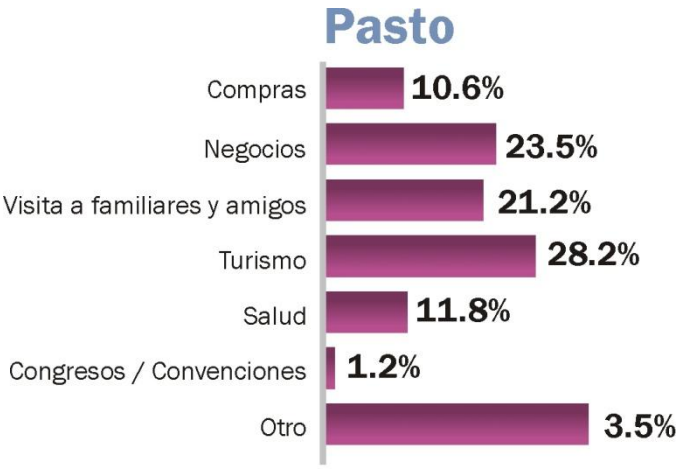


Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Adicionalmente, según la información que brinda el sondeo, la mayoría de los visitantes de los destinos seleccionados en la muestra reflejan una notable preferencia a realizar sus viajes con la familia o solos. En tal sentido, el 38.1% señala viajar con sus familiares, mientras que el 20.4% informa realizar al viaje solo. Las personas que prefieren viajar con la pareja representan el 11.3%, mientras que el 9.3% realiza sus viajes con grupos de amigos y el 5.2% con colegas de trabajo.

Motivo de la visita Pasto

Al indagar por el motivo de visita al destino, aun siendo el turismo la principal razón, los resultados difieren entre Pasto y los demás municipio seleccionados. En el primer caso, tal como se refleja en la ilustración, la mayor proporción visita la ciudad por el motivo turismo (28.2%), seguido del motivo negocios (23.5%) y visita a familiares y amigos (21.2%), mientras un 11.8 % visita Pasto por el motivo salud, y otro tanto 11.8% lo hace con motivos de compras y congresos y convenciones.

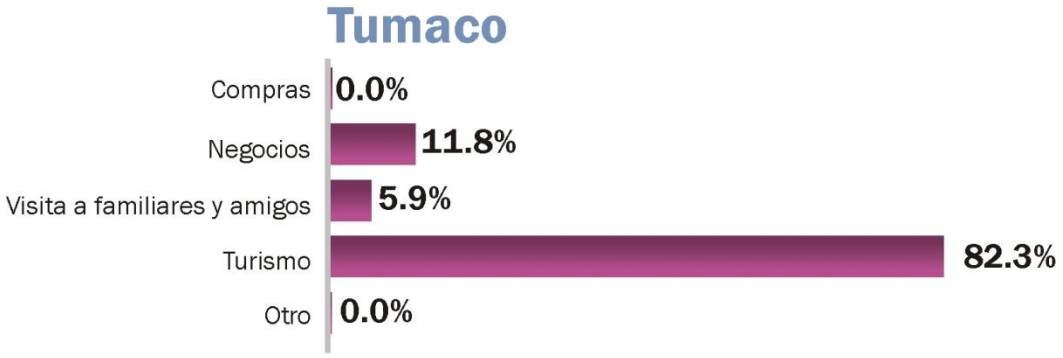


Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Motivo de la visita sin Pasto

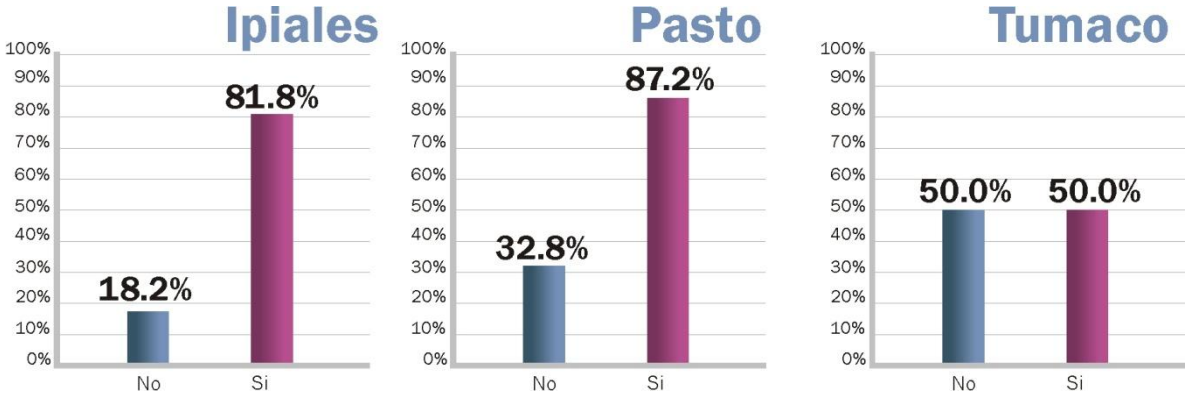
Por su parte, en Ipiales, los motivos principales de la visita corresponden a los motivos turismo convencional (38.5%) y negocios (30.7%). Las compras atraen otro importante 7.7%, mientras que un 23.1% se debe a los motivos religiosos.

En cuanto a Tumaco, el 82.3% de los motivos corresponden al turismo convencional, el restante 17.7 se agrupa en las actividades relacionadas con los negocios y las visitas a familiares y amigos.



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

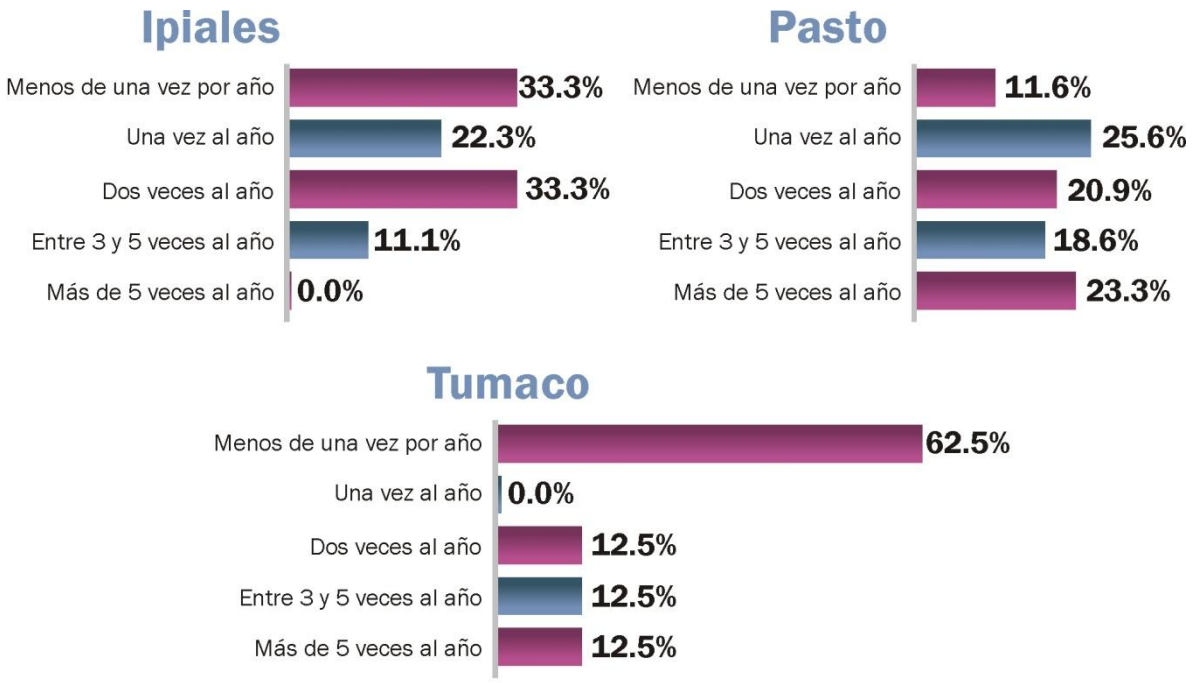
Personas que visitan por primera vez el destino



Por otro lado, con el fin de indagar la fidelidad de la demanda por los destinos seleccionados (medido por el porcentaje de personas que regresan al destino), se encontró que del total de encuestados, el 66 % (62 de 94 respuestas) corresponden a

turistas que ya han visitado en alguna ocasión los destinos en mención. En el análisis, Ipiales tiene la mayor tasa de retorno con un 81.8% de visitantes que regresan, seguido de Pasto donde el 67.2% de las personas afirma haber visitado el destino en otra ocasión. En el caso de Tumaco, la mitad de los encuestados afirman arribar por primera vez al destino.

Frecuencia de visita



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Dentro del total de personas que regresa a los destinos (62), en Ipiales el 33.3% (3) de los turistas que retorna lo hacen en una frecuencia menor a un año, otro 33.3% (3) lo hacen dos veces al año, mientras que un 22.3% una vez por año y el 11.1% entre 3 y 5 veces por año.

En el caso de Tumaco el 62.5% (5) visita el municipio en menos de una ocasión por año, mientras que el otro 37.5% (3) retornan más de 2 veces al año.

Las frecuencias de retorno de las personas que visitan Pasto se encuentran distribuidas de la siguiente forma, el 25.6% (11) regresa con una vez por año, 23.3%

(10) en más de cinco ocasiones por año, 20.9% (9) dos veces por año, mientras que el 18.6% entre 3 y 5 veces al año y el restante 11.6% en una frecuencia no mayor a una vez por año.

Días o época preferentes de visita

Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

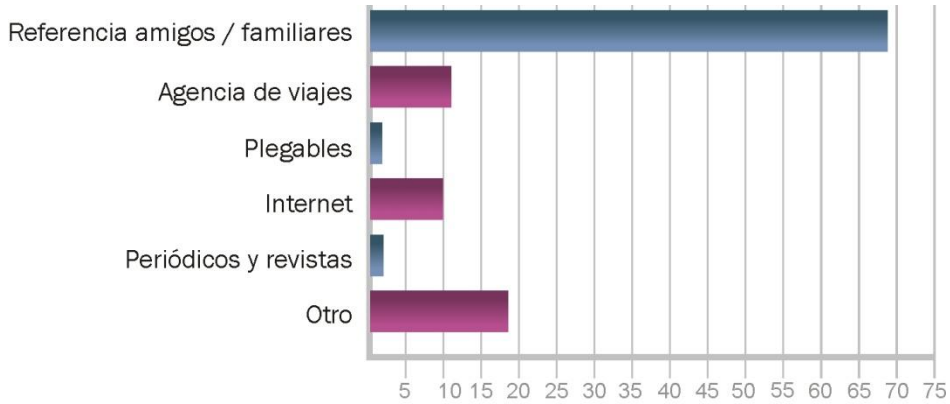
Por su parte, al consultar al turista que regresa a Nariño, por los días o épocas que prefieren para visitar los destinos, se concluye a partir de la ilustración al respecto que, el 29.8% (28 de 86 respuestas) optan por viajar a los destinos durante fechas no convencionales como entre semana o de acuerdo a los necesidades de desplazamiento por motivo de trabajo, por su parte el 19.4% (15) visita el destino en época de festividades, siendo el Carnaval de Negros y Blancos la más representativa. El 17.9%(13) de los encuestados también afirman visitar el departamento los fines de semana, mientras que el 29.9% (23) prefiere realizar su viaje en épocas relacionadas con las vacaciones laborales o escolares.

Siendo consecuentes con el análisis descriptivo de las variables antes expuesta, puede resumirse que, el perfil de turista del departamento de Nariño, indistintamente si corresponde al género masculino o femenino, se concentra en la población que va de los 26 a los 50 años, con alta preferencia a viajar solos o en familia, impulsados por los motivos turismo convencional, negocios, religiosos y visita a familiares o amigos.

Canales de comunicación y comercialización

Los canales a través de los cuales se realiza la comunicación y comercialización de los servicios turísticos permiten orientar una estrategia de posicionamiento del producto, ya que es a través de estos medios que el turista establece un primer acercamiento con el destino de su preferencia y la forma en que se llegue al cliente determinará, entre otras variables de elección, su disposición para desplazarse.

Medios por lo que el turista se entera del destino



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

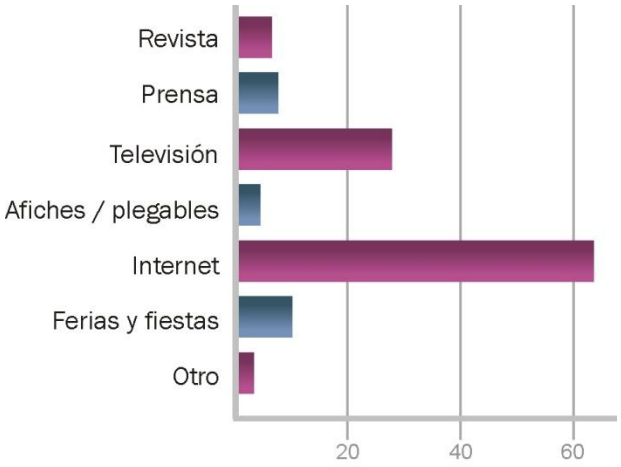
La ilustración anterior muestra que, el 59.6% (68 de 114 respuestas) de los encuestados manifiesta haberse enterado del destino por referencia de sus amigos o familiares (voz a voz), seguido de un 15.8% (18 de 114 respuestas) de los turistas que se enteran por otros medios como hospitales, universidad o lugar de trabajo. Las agencias de viajes (10.5%) e internet (8.8%) son otros dos medios importante de fuentes de información para el turista que llega a Nariño. Los métodos convencionales de periódicos o revistas y plegables, solo sirvió de fuente de información para el 5.2% de la personas incluidas en la muestra (6 de 114 respuestas).

Lo anterior afirma la necesidad de generar un buen servicio orientado a la satisfacción del cliente, de tal manera que repercuta en el aumento de los referidos que llegan al sitio en búsqueda de un ambiente similar o incluso mejor.

Método más efectivo para promocionar los nuevos servicios turísticos del destino según la demanda actual

Ahora bien, al consultar a la demanda actual sobre el método más eficiente para promocionar los nuevos servicios turísticos que ofrezca el destino, se encuentra que con un 37.8% (62 de 164 respuestas), internet se convierte en la herramienta más importante para atraer una mayor demanda a los diferentes destinos del departamento. Por su parte, la televisión (27.4%) y las ferias y fiestas (9.8%) serían buenas herramientas de promoción, mientras que los afiches o plegables (5.5%),

prensa (7.9%) y las revistas (7.2%) no permiten acceder a una gran masa de potenciales turistas interesados en explorar nuevos servicios.



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

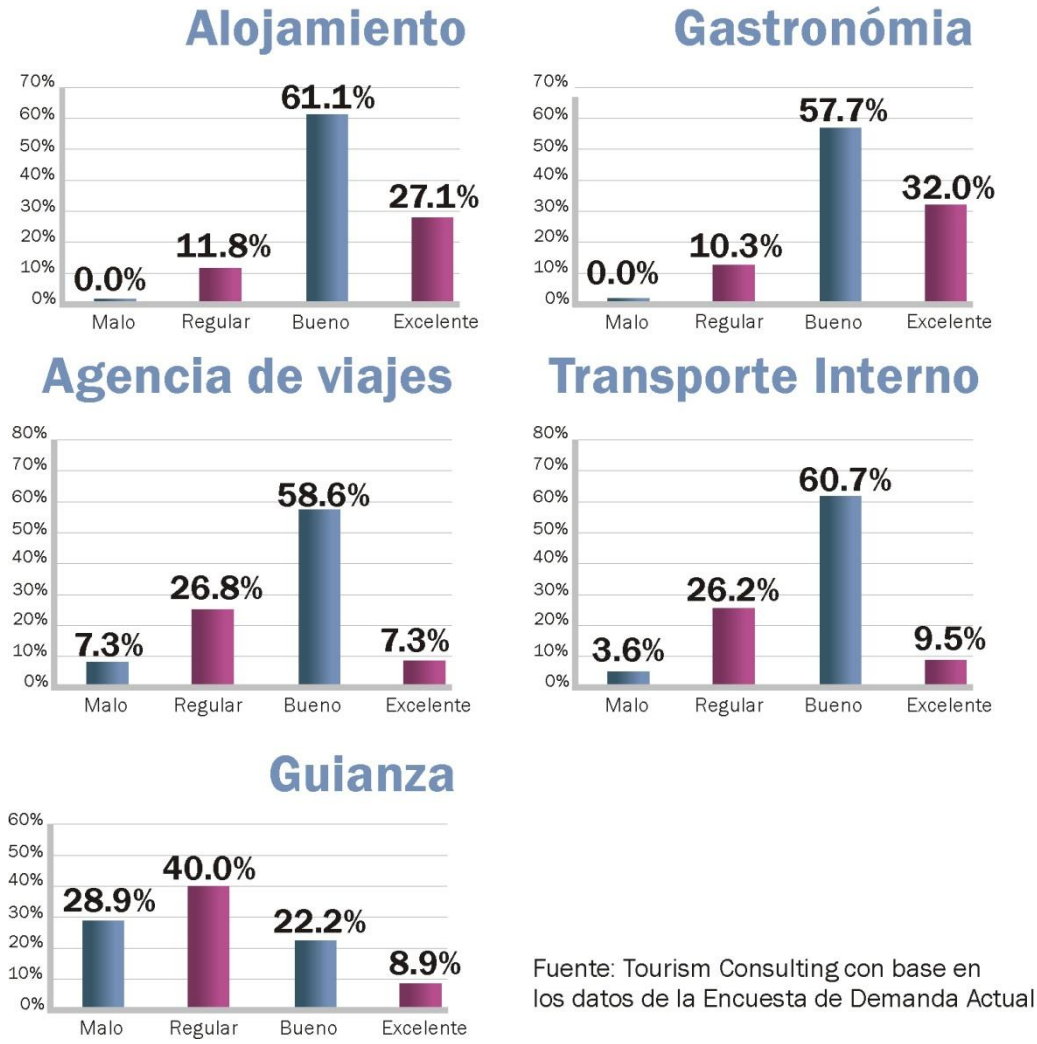
Método más efectivo para comprar los servicios turísticos del destino según la demanda actual

Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Los mecanismos que informan los turistas actuales serían los más eficientes para comprar los servicios turísticos, se concentran en dos principalmente, el primero el

nuevo y revolucionario sistema de compra por internet con un 38.2% de preferencia (sobre un total de 136 respuestas) y la compra directa con los prestadores (29.4%). Los medios menos utilizados son las agencias de viaje, los puntos de promoción y ofertas por correo, con una manifestación de interesados de 16.9%, 11.8% y 2.2% respectivamente.

Uso y percepción de calidad de los servicios



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Analizar el componente de mercadeo de un destino turístico implica, además de los factores de oferta, estudiar la percepción de la demanda con el objetivo de establecer mecanismos de

mejora del diseño del producto. Con el fin de generar un acercamiento a la evaluación integral de calidad del producto, servicio y ambiente, se indagó a los turistas sobre la calificación asignada a cada servicio y característica del destino.

La revisión de cada servicio o facilidad muestra que, el componente de gastronomía, con calificaciones de 10.3% regular, 57.7% bueno y 32% excelente (de un total de 97 respuestas), corresponde a la variable con la mayor percepción positiva para el turista actual.

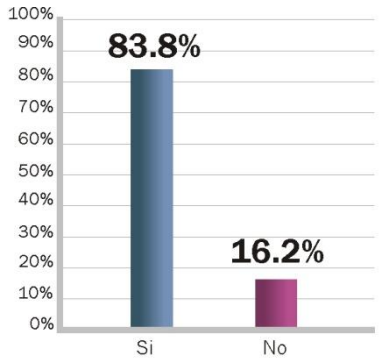
Otro aspecto bien calificado para el departamento, corresponde al servicio de alojamiento, donde el 11.8% (de un total de 85 respuestas) considera una calificación regular, 61.1% como buena, y el 27.1% excelente.

Por su parte, el servicio de transporte interno muestra una leve disminución de la apreciación positiva máxima en favor de un aumento leve en las calificaciones inferiores (con base en 84 respuestas). Las calificaciones para el servicio de alojamiento se distribuyen así: 3.6% malo, 26.2% regular, 60.7% bueno, mientras que el 9.5% considera una calificación de excelente. Las bajas calificaciones de la variable transporte pueden ser indicios de problemas en la red de infraestructura vial que permite la conexión entre los diferentes destinos del departamento, siendo un punto de especial atención para la política de desarrollo del sector.

En cuanto a los servicios ofrecidos por las agencias de viajes, del total de 41 visitantes que responden la pregunta, el 7.3% califica el ítem como malo, 26.8% regular, bueno el 58.6% y excelente el 7.3%.

El servicio de guianza es otro de los elementos evaluado que pierde calificación de forma considerable, reflejo de la falta de preparación del personal o la escasez del mismo en cada uno de los destinos, en tal sentido, el 28.9% (sobre 45 respuestas) de los encuestados brinda una calificación mala, 40% regular, 22.2% bueno y tan solo el restante 8.9% como excelente.

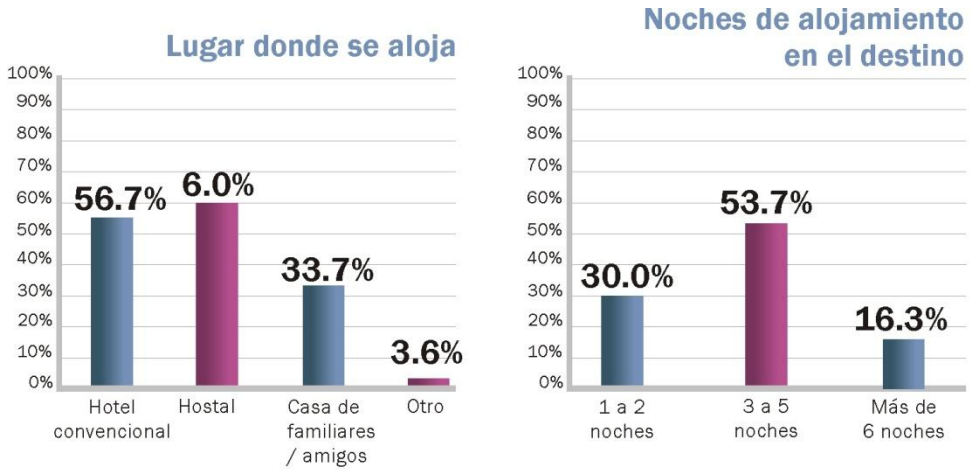
Relación de turistas alojados en el destino



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Frente a la utilización del servicio de alojamiento y de acuerdo con los datos de la encuesta, el 83.3% de la muestra seleccionada, se encontraba alojada en el destino, de los cuales el 56.7% se hospedaba en hoteles convencionales, el 33.3% en casa de familiares o amigos, otro 6% en hostales y, el 3.6% en otros lugares como posadas, apartamentos y/o vivienda turísticas.

Lugar de alojamiento y noches promedio en el destino



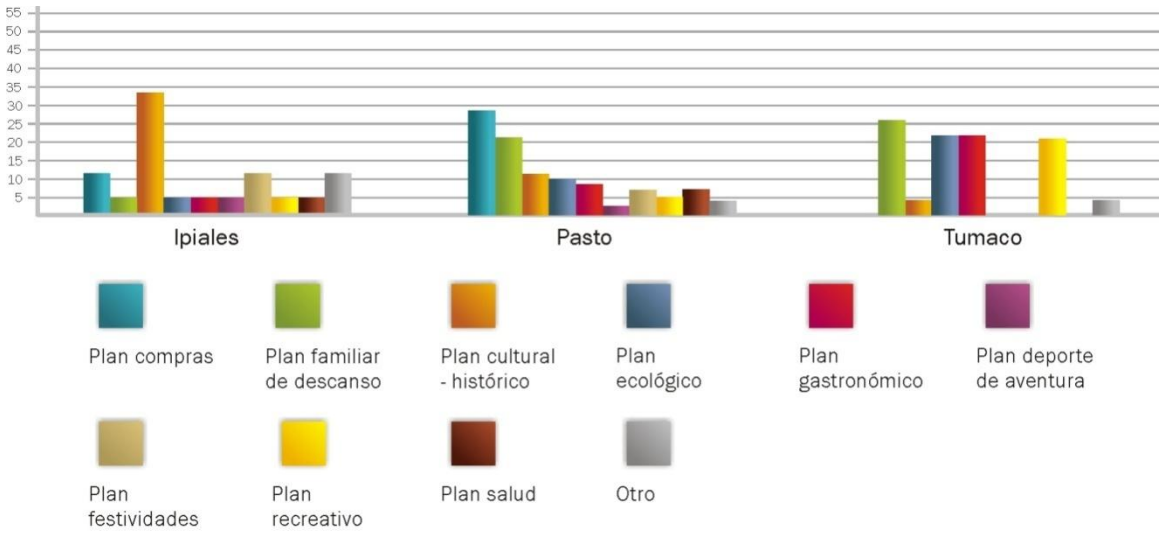
Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Ahora bien, 53.7% (de 86 respuestas) afirma alojarse en el destino entre 3 y 5 noches, el 30% entre 1 y 2 noches, mientras que el restante 16.3% lo hace más de 5 noches, lo cual permite resaltar que la estadía en promedio en el destino es relativamente prolongada.

Con respecto a los planes que el turista realizaba o había realizado en el destino, se muestra que Ipiales y Pasto ofrecen un turismo diversificado, sin concentración notoria en actividades, sin embargo sobresalen para la ciudad de Ipiales los planes culturales e históricos, de compras, festividades y gastronómicos, mientras que en el caso de Pasto, tienen notoriedad los planes de compras, históricos culturales, ecológico y gastronómico.

Tumaco atrae una gran cantidad de turistas que buscan realizar de descanso en familia, además de los planes ecológicos (ecoturismo), gastronómico y recreativos.

Plan turístico realizado en el destino



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Percepción del destino y nivel de precios

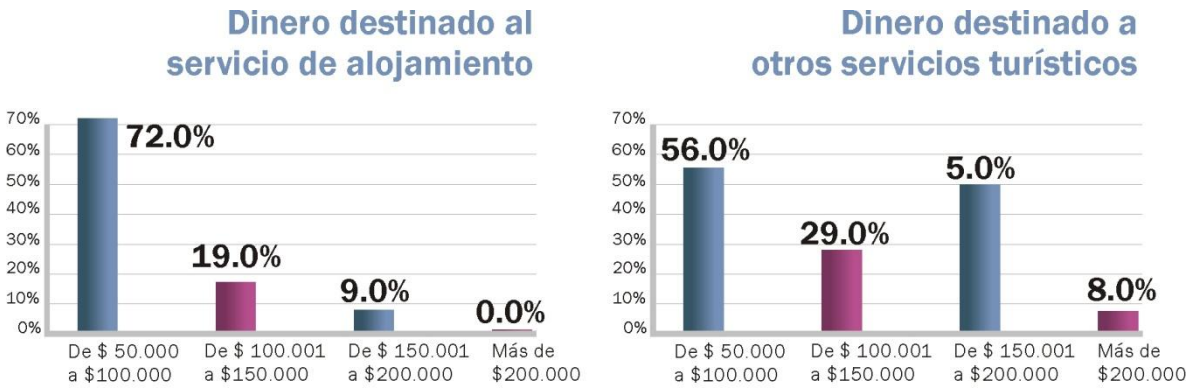
Finalmente, al considerar la variable precios, como un determinante fundamental de la demanda, se encontró que la mayor proporción de las personas encuestadas, está en disposición de asumir un precio entre $50.000 y $100.000 (72%) por el servicio de alojamiento por noche y por persona, mientras que otro 19% pagaría entre $100.001 y $150.000, y el restante 9% pagaría únicamente entre $150.001 y $200.000

En cuanto a la disposición a pagar por otros servicios turísticos (tales como gastronomía, transporte, tours, etc.), el 58% pagaría entre $50.000 y $100.000, el 29% entre $100.001 y $150.000, el 5 % entre $150.001 y $200.000, mientras que un 8% pagarían más de $200.000.

El cambio en la disposición a pagar entre los dos grupos analizados, corresponde a la valoración que el turista da a los servicios incluidos, además de las distancias que se deben recorrer en el caso de los destinos que distan considerablemente de la ciudad emisora.

En cualquiera de los casos, la menor proporción de los encuestados están dispuestos a asumir un precio superior a los $200.000, coherente con un nivel de ingresos promedio de la población que no permite el aumento del gasto de forma considerable.

Dinero destinado para el servicio de alojamiento y otros servicios turísticos



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

1.4.1.2 Análisis de la demanda potencial

A continuación se presenta un análisis descriptivo de la demanda potencial por servicios turísticos, en la cual se enmarca la conducta de los consumidores de las cinco principales ciudades emisoras de turismo (Bogotá, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali). Los descriptivos aquí presentados permiten delinear un perfil de dicho turista potencial, desde una perspectiva de preferencias actuales y de capacidad de pago.

Diseño de la muestra

Conocer los determinantes de la demanda por servicios turísticos, permite articular planes de desarrollo coherentes con los gustos y expectativas de los turistas, quienes impulsados por una oferta organizada y una infraestructura adecuada, coadyuvan con el desarrollo de las regiones, una vez se entiende al turismo, como una serie de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, articulando un desarrollo económico bajo la cadena de valor de la actividad que la prestación de estos servicios genera.

Con el fin de conocer el perfil del turista de las principales ciudades emisoras (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga), se desarrolló e implementó una encuesta que, dividida en 3 secciones, permite describir las condiciones socio-económicas del consumidor turístico, las preferencias hacia los diferentes destinos nacionales, predilección de medios de información, comunicación y de compras, además de analizar la potencialidad tanto del consumidor como del destino, donde el primero se relaciona de manera directa con la capacidad de pago, mientras que el segundo se afecta con la percepción que tenga el turista de los atractivos que se encuentran en el lugar.

El diseño muestral se realizó bajo el método aleatorio simple (MAS), con una muestra total de 1050 encuestas distribuidas de la siguiente forma:

Diseño muestral encuesta demanda potencial

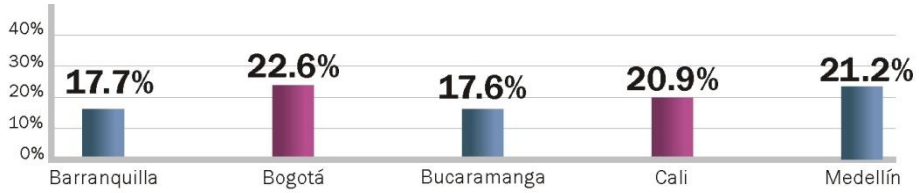
	Muestra	Error muestral*
Medellín	223	7%
Bogotá	237	6%
Cali	219	7%
Barranquilla	186	7%
Bucaramanga	185	7%

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA

* Error muestral para la estimación de proporciones, en MAS, con un 95% de confiabilidad, asumiendo p=0.5

** Las conclusiones solo son aplicables para la muestra y no pueden ser generalizadas para la población de referencia.

Encuestas aplicadas por ciudad



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de DemandaPotencial

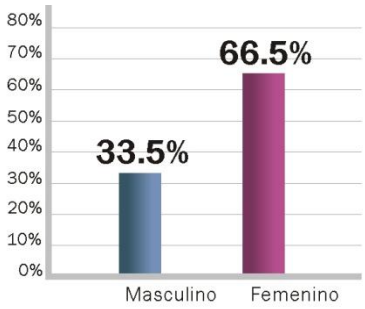
La recolección de la información se realizó bajo el método de encuestas telefónicas, donde los participantes fueron seleccionados al azar de la base telefónica de cada ciudad. En caso que la persona seleccionada no estuviera en disposición de participar, se realizaba un reemplazo con otra persona de la base, también seleccionada al azar.

Perfil de la demanda potencial

El perfil de la demanda permite identificar, la existencia de consumidores potenciales de los servicios turísticos ofrecidos en cada uno de los departamentos, además de revelar las variables de preferencia determinantes en la decisión de consumo. Estas variables deberían ser un insumo fundamental para el delineamiento de políticas del sector turismo, que enmarcadas en un horizonte temporal de corto y mediano plazo, respondan a las expectativas y necesidades del mercado. En tal sentido en este primer enciso, nos dedicaremos a describir las condiciones socio económicas de la muestra analizada, donde se identifiquen los elementos comunes de las poblaciones en referencia.

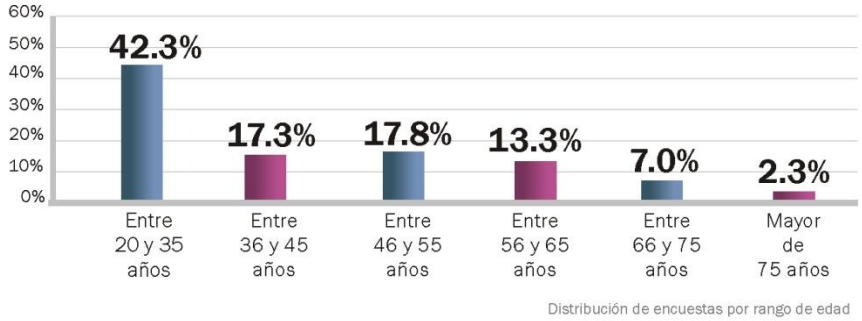
De acuerdo con los datos de la encuesta de demanda potencial, el 66.5% de los encuestados corresponde a mujeres mientras que el restante 33.5% corresponde a hombres, siendo evidente la participación del género femenino puesto que en su mayoría, las personas que se encuentran en la casa, en horarios diferentes a los laborales, corresponden a mujeres, además de pertenecer al grupo de la población con mayor disposición a participar dentro del estudio.

Distribución de encuestas por género



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Distribución de encuestas por rango de edad



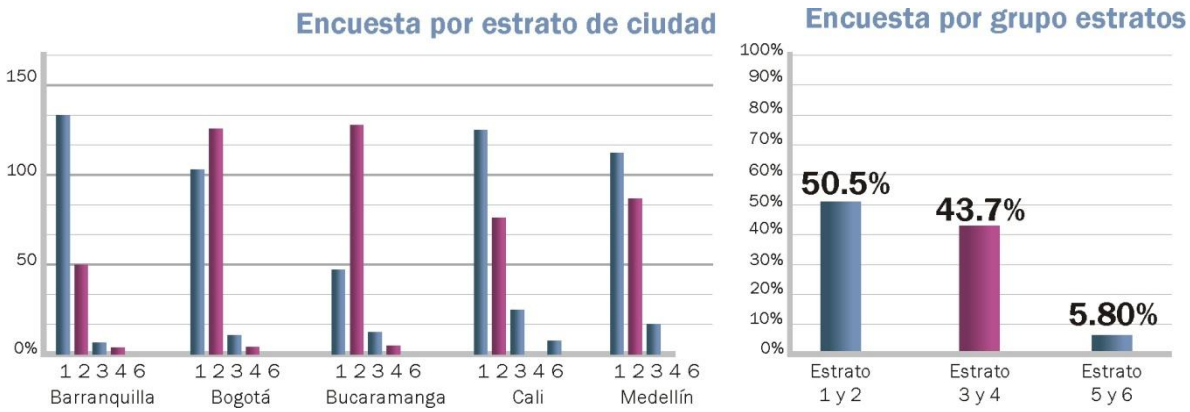
Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Por su parte, la variable edad informa que la mayor proporción de personas está entre los 20 y 35 años (42.3%), mientras que las personas entre 46 y 55 años representan el 17.8%. El grupo con menor participación corresponde al rango de edad superior a los 75 años, seguido del grupo que se encuentra entre los 66 y 75 años, con un 2.3% y 7% respectivamente.

Respecto a la variable estrato socioeconómico, la mayor participación de los encuestados está en los estratos del 1 y 2 (50.5%), mientras que los estratos 3 y 4 representan el 43.7%, mientras que los estratos 5 y 6 representan el 5.8% dentro del total de la muestra.

En las ciudades de Barranquilla, Cali y Medellín, el estrato 1 representa la mayor proporción, mientras que para las ciudades de Bogotá y Bucaramanga, el estrato 2 supera a los demás grupos. Cabe resaltar que la muestra se diseñó de forma aleatoria y que la baja participación de los estratos altos, corresponde a la negativa manifiesta por parte del grupo a responder la encuesta.

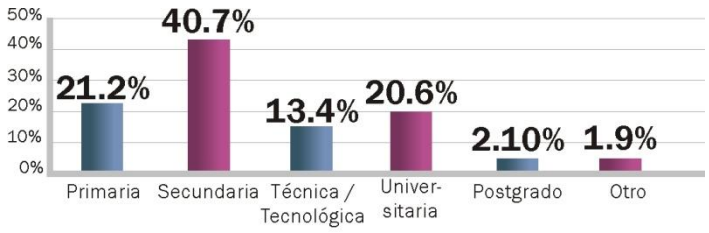
Distribución por estrato



Fuente: Tourism Consulting con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Ahora bien, al consultar sobre el último nivel de estudios aprobados, el 40.7% afirma haber culminado el ciclo secundario, seguido del 21.2% que ha alcanzado únicamente su formación en primaria. En el rango de estudios superiores, el 20.6% de los encuestados posee un título en formación universitaria, el 13.4% en nivel técnico o tecnológico, mientras que el 2.1% posee un nivel de postgrado (especialización, maestría o doctorado), mientras que el 1.9% afirma no tener ningún nivel de estudios.

Nivel de estudios



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

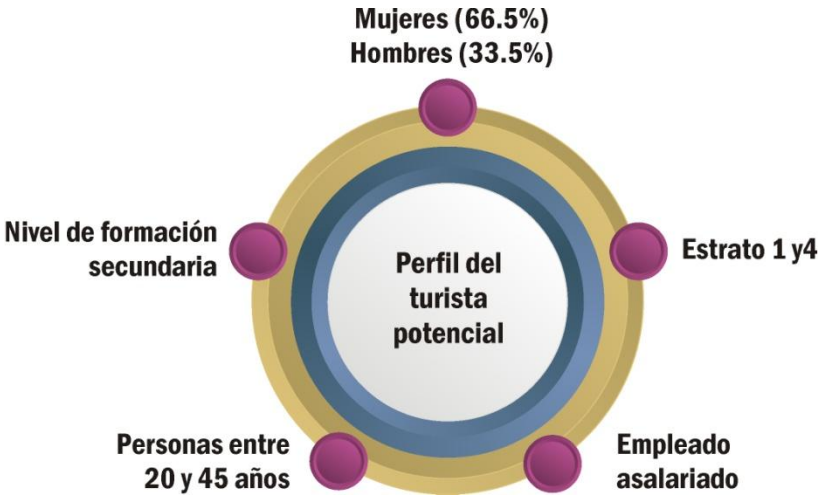
Ocupación del encuestado

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Por último se encuentra que, el 31.7% de los encuestados corresponde a personas empleadas de forma asalariada, mientras que el 27.8% son amas de casa (lo cual explica el sesgo de la variable género, puesto que corresponde al grupo de la población más fácil de ubicar en los hogares). Los empleados independientes representan el 19.2% de la muestra, seguido de los estudiantes con un 8.3%, mientras que los desempleados agrupan el 5.8% y otros (especialmente pensionados) el 7.2%

Perfil general del turista potencial

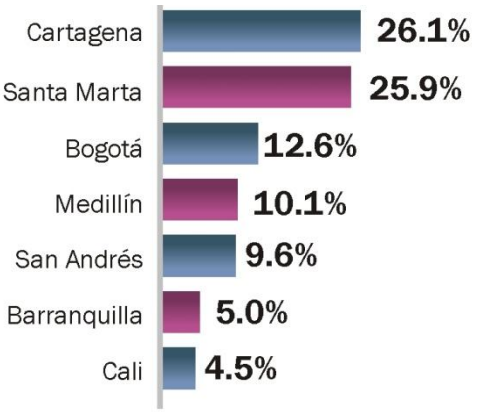
De forma general, puede afirmarse a la luz de la encuesta aplicada, que el perfil de demanda de las 5 ciudades principales, corresponde a personas entre los 20 y 35 años, con un nivel de estudios secundarios, empleados de forma asalariada, cuyas viviendas se ubican principalmente en estratos entre el 1 y 4.



Nivel de preferencias de la demanda potencial

La encuesta de demanda potencial revela que, de un total de 2690 respuestas, el 57.4% del turismo actual de las 5 principales ciudades emisoras de turismo (Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Barraquilla y Cali), el 57.4% (1453 respuestas) se concentran en 8 destinos así: Cartagena agrupa el 26.1% (sobre las 1453 respuestas), Santa Marta el 25.9%, Bogotá el 12.6%, Medellín el 10.1%, San Andrés representa un 9.6%, mientras que el Eje Cafetero, Barranquilla y Cali son preferidas por el 6.1%, 5.0% y 4.5% de los encuestados, respectivamente.

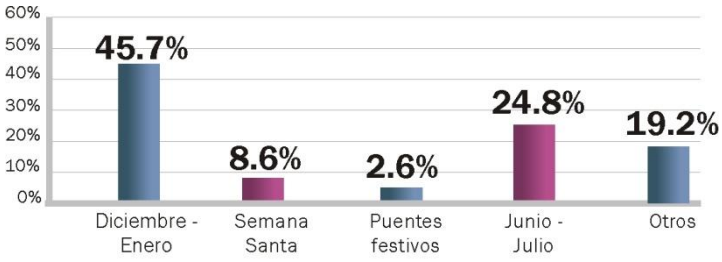
Destinos con mayor demanda potencial



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

En tal sentido se pueden afirmar que, los destinos de sol y playa concentran la mayor parte del turismo, mientras que las dos grandes capitales (Bogotá y Medellín) aglutinan el 22.7% del turismo.

Épocas del año en que prefieren salir de vacaciones



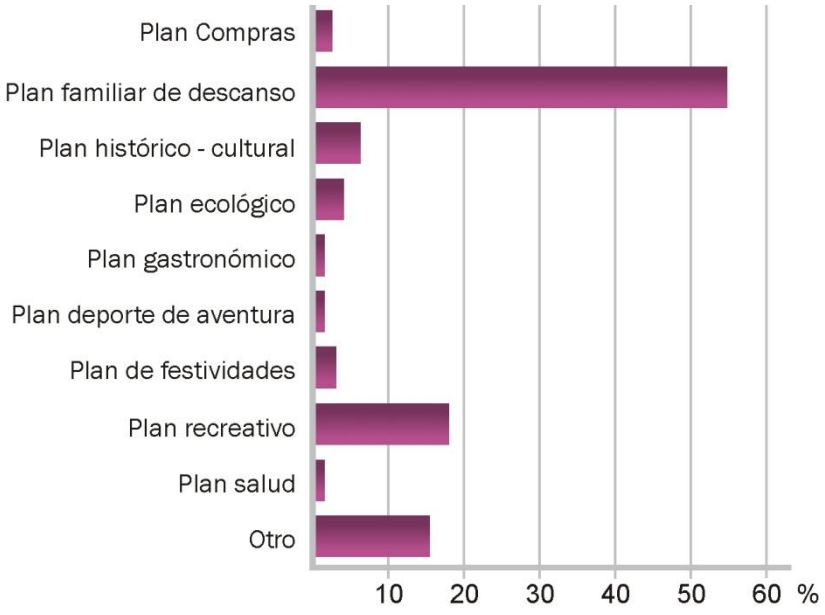
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Ahora bien, al indagar las fechas en las que los encuestados prefieren salir de vacaciones, se encuentra que, el 45.7% prefiere hacerlo al final del año (diciembre a enero), mientras que el 24.8% elige los meses de mediados de año (junio a julio). El 18.2% prefiere otras fechas, entre las que sobresale los periodos de temporada baja, mientras que un 8.6% opta

por visitar otros destinos en el periodo de Semana Santa y un 2.6% en días de puentes festivos.

En cuanto al motivo que lleva a que los turistas encuestados se desplacen a los destinos de su preferencias, se encuentra que el 53.3% (sobre una base de 1381 respuestas) prefiere salir de vacaciones en búsqueda de un lugar de descanso con la familia, mientras que el 18.1% lo hace en búsqueda de actividades recreativas. El restante 28.6% del turismo actual se concentra en las demás actividades listadas en la ilustración, siendo los planes gastronómicos, deporte de aventura y festividades, los motivos que menos impulsan la demanda real, de acuerdo con las respuestas de los encuestados.

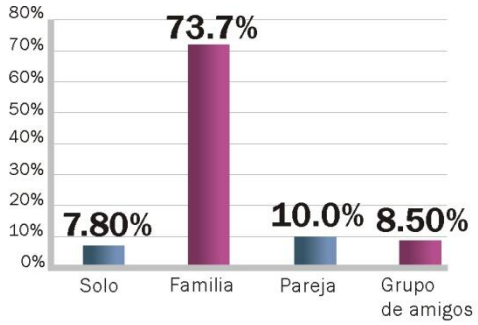
Motivo del desplazamiento



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

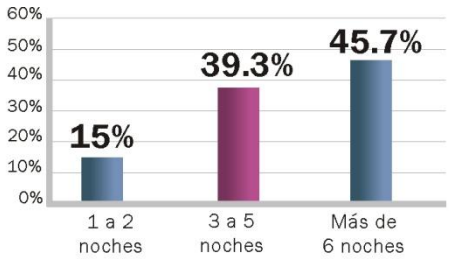
Cómo prefiere viajar

Siendo el motivo familiar el que conlleva a que los colombianos encuestados se desplacen a los destinos de su preferencia, se evidencia que al momento de viajar, prefieren hacerlo en compañía de su familia (73.7%), mientras que el 10% lo hace con su pareja, el 8.5% con su grupo de amigos, mientras que el 7.6% prefiere viajar solo.



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Noches que se aloja en el destino

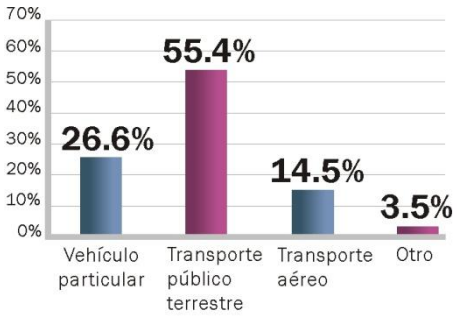


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Por su parte, los colombianos encuestados manifiestan alojarse varios días en los destinos de su preferencia, siendo más de 5 noches el periodo más frecuente (45.7%), mientras que el 39.2% se aloja entre 3 y 5 noches y únicamente el 15% pernocta en el destino entre 1 y 2 noches.

Medio de transporte más utilizado

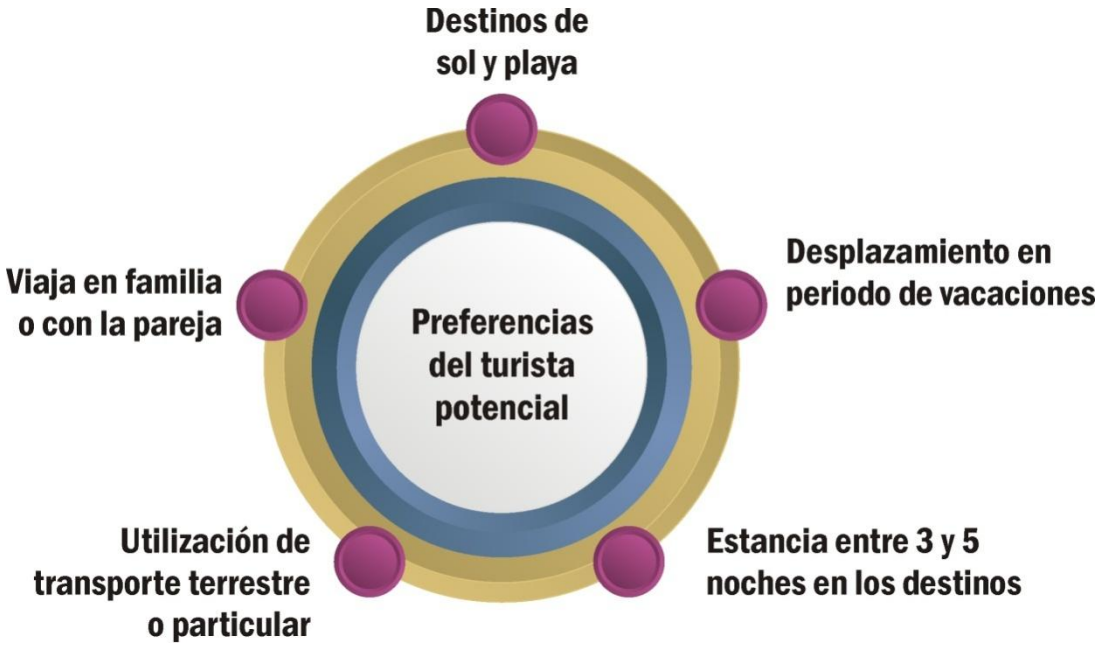
A su vez, las familias colombianas encuestadas eligen realizar sus viajes utilizando principalmente el transporte público terrestre (55.4%) y vehículo particular (26.6%). Apenas el 14.5% de los encuestados se moviliza a través del transporte aéreo y el 3.5% lo hace por otros medios, entre los que se incluye los expresos organizados por un prestador,



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

como lo son las cooperativas y las cajas de compensación.
Puede concluirse a partir de los datos de la encuesta que, en términos de la utilización de los servicios de transporte, la demanda de medios terrestres es considerablemente superior a los demás medios considerados, donde si bien es cierto que la participación del transporte aéreo es relativamente alta, su demanda aún es muy baja. Una hipótesis que puede apoyar lo anterior, tiene que ver con los altos precios de los servicios, que aplicado a la ley de la demanda, conduce a una disminución de la cantidad de la misma, generando un desplazamiento positivo en la curva de demanda de los medios que le son complementarios, a saber, transporte terrestre público y particular.

Preferencias del turista potencial

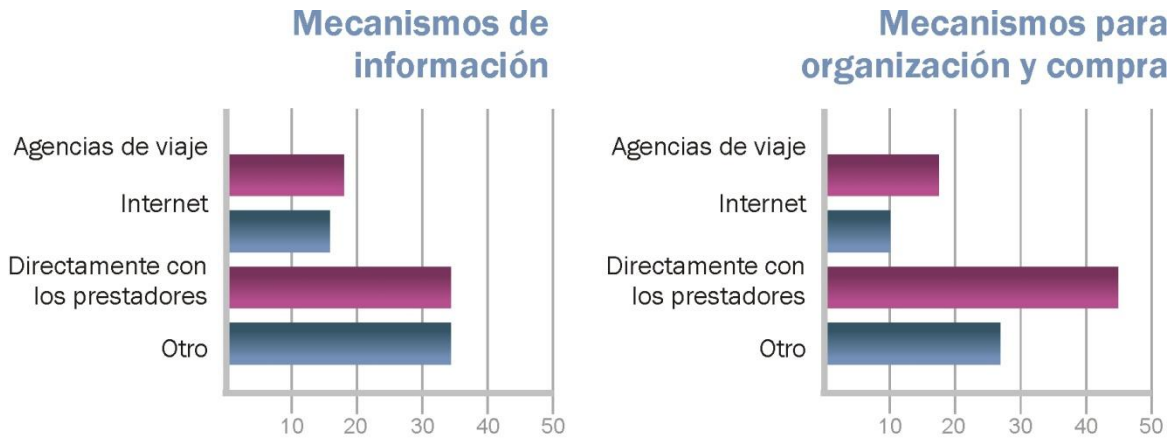


Por consiguiente, puede afirmarse, dentro del perfil del turista potencial que, lo colombianos encuestados prefieren destinos en los cuales puedan realizar actividades relacionadas con el turismo de sol y playa, acompañados principalmente de sus familias o pareja. En cuanto a las fechas o periodos, es evidente una fuerte tendencia a viajar durante las vacaciones, demandando principalmente el medio de transporte público terrestre o utilizando el vehículo particular.

Mecanismos de información y comercialización

En cuanto a los mecanismos de información y comunicación más utilizados por la muestra seleccionada, se encontró que la mayor proporción se informa, organiza y realiza su compra directamente con los prestadores, mientras que internet, uno de los medios de información de mayor crecimiento en la última década, evidencia una desconfianza por parte del consumidor al momento de realizar su compra. En tal sentido, el 14.9% de las personas encuestas afirman informarse a través de internet para tomar la decisión de viaje, solo el 9.9% realiza la organización y compra por este medio. Por su parte, se resalta la utilización de otros mecanismos para la información y la compra, correspondiendo al 33.5% y 27.2% respectivamente, entre lo que se destacan la información a través de terceros (por lo general familiares y amigos que ya han visitado el destino), cajas de compensación y cooperativas. En cuanto a la planificación de los viajes y correspondiendo con la proporción de encuestados que realiza los recorridos en vehículo particular, la familias prefieren realizar la organización por cuenta propia, sin la asesoría o intervención de los mecanismos tradicionales como las agencias de viaje, las cuales son utilizadas en mayor proporción como mecanismo de información (18.2%) y no de organización y compra (17.6%)

Mecanismos de información y organización

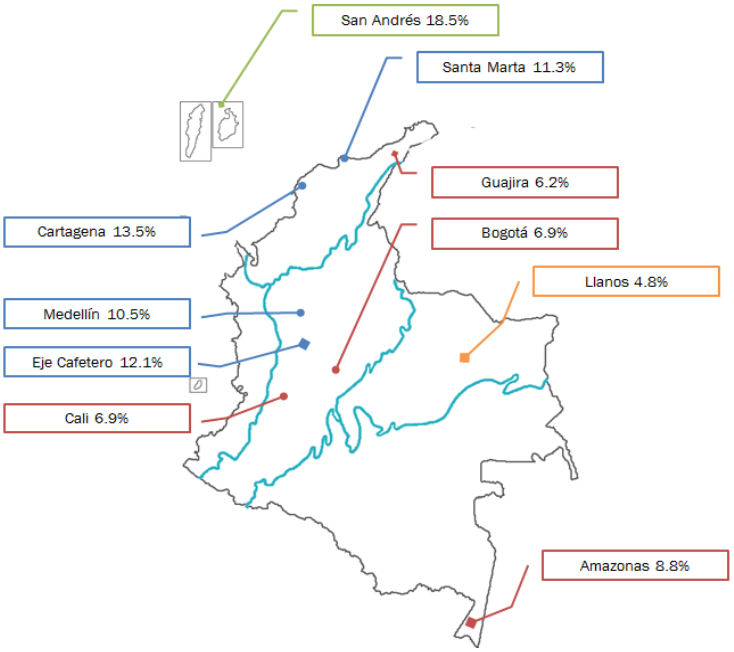


Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Potencialidad de los destinos

Al indagar a las personas incluidas en la muestra, residentes en las 5 ciudades de referencia (Bogotá, Medellín Barranquilla, Bucaramanga y Cali) sobre los destinos que desearían conocer en los siguientes 5 años, se encontró que el 18.5% (sobre una base de respuestas de 1774) desea visitar San Andrés, el 13.9% Cartagena, 12.1% el Eje cafetero. Continuando en el orden de preferencias se encuentra a Santa Marta con un 11.3% seguido de Medellín con 10.5%, el destino Amazonas es seleccionado por el 8.8% de los encuestados, mientras que Bogotá es la opción para el 6.9%, igualmente Cali es preferido por el 6.9%, la Guajira por el 6.2% y los Llanos Orientales de Colombia por el 4.8%. Los anteriores destinos concentran el 68.2% de las preferencias (1174 respuestas de 2639) donde se evidencia una relación directa entre los destinos más demandados actualmente y los destinos que serían preferidos en una nueva opción de viaje. Sobresalen Amazonas, Guajira y los Llanos, que no aparecen en el top 8 de la demanda actual, a su vez que San Andrés y Cartagena siguen manteniendo la tendencia en la preferencia de los colombianos encuestados, mientras que Barranquilla (una de las más demandadas actualmente) no aparece en el listado de las 10 con potencial de visita en los próximos años.

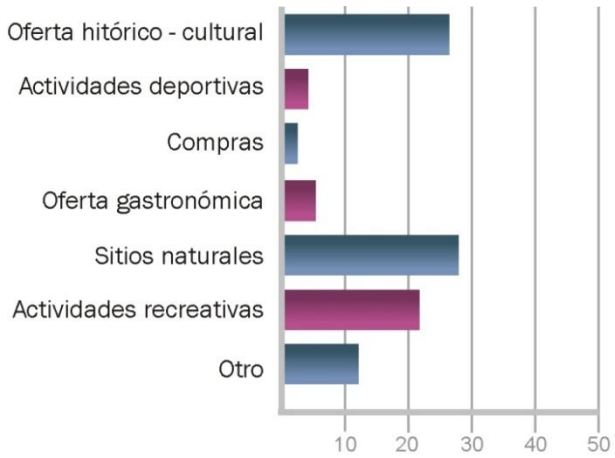
Destinos de mayor potencial



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITOAVA con base en la encuesta demanda potencial

Adicionalmente, los encuestados manifiestan estar interesados en realizar el desplazamiento a estos lugares motivados principalmente por los atractivos naturales (27.7%), tales como selva en el Amazonas o la playa en el caso de los destinos de la costa Caribe, mientras que el motivo histórico cultural es preferido por el 26.8%, seguido de las actividades recreativas con el 20.1%.

Actividades que motivarían el desplazamiento a un nuevo destino



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

De acuerdo con los resultados de la encuesta, las actividades que menos motivan a los colombianos encuestados para tomar su decisiones de viaje, corresponden a los planes de compras (2.6%), actividades deportivas (3.2%) y la oferta gastronómica (4.9%). Entre los otros motivos que impulsan a los colombianos al momento de tomar la decisión de viaje se encuentra principalmente la búsqueda de nuevos destinos por conocer y el descanso

Palabras de asociación positiva para los 10 destinos con mayor potencial

Palabras de asociación positiva					
San Andrés	Mar	Playa	Bonito	Isla	Cultura
Cartagena	Mar	Playa	Bonito	Historia	Turismo
Eje Cafetero	Bonito	Paisaje	Café	Naturaleza	Cultura
Santa Marta	Mar	Playa	Bonito	Gente	Rodadero
Medellín	Bonito	Gente	Metro	Clima	Parques
Amazonas	Naturaleza	Fauna	Selva	Paisaje	Cultura
Bogotá	Frío	Capital	Bonito	Monserrate	Cultura
Cali	Gente	Rumba	Salsa	Bonito	Feria
Guajira	Cultura	Paisaje	Desierto	Bonito	Indígenas
Llanos	Paisaje	Cultura	Clima	Gente	Ganadería

Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

Finalmente, se le solicitó a los encuestados mencionar para cada uno de los destinos, tres palabras de asociación positiva y tres de asociación negativa. Los resultados muestran, como es de esperarse, que la mayor proporción de palabras sean calificativos positivos, dado que la gente no los conoce y desean realizar la visita, seguramente por la referencia positiva que ha obtenido, ya sea por familiares o amigos o por algún medio de comunicación. En tal sentido, en la tabla anteriorse listan las cinco palabras positivas que los encuestados mencionaron con mayor frecuencia, mientras que en la ilustración siguiente se muestranlas palabras negativas más comúnmente enumeradas por los encuestados. Es de resaltar que las respuestas a las palabras positivas suman 2836 frente a las 897 de asociación negativa.

Palabras de asociación negativa para los 10 destinos con mayor potencial

Palabras de asociación negativa				
San Andrés	Riesgo	Inseguridad	Costoso	Aislado
Cartagena	Pobreza	Inseguridad	Playas sucias	Prostitución
Eje Cafetero	Drogas	Inseguridad	Costoso	Desorden
Santa Marta	Costoso	Inseguridad	Sucio	Drogas
Medellín	Violencia	Inseguridad	Comunas	Clima
Amazonas	Bichos	Inseguridad	Lejos	Lluvias
Bogotá	Frío	Inseguridad	Trancones	Lejos
Cali	Sicariato	Inseguridad	Pobreza	Lejos
Guajira	Transporte	Inseguridad	Costoso	Acceso
Llanos	Clima	Inseguridad	Guerrilla	

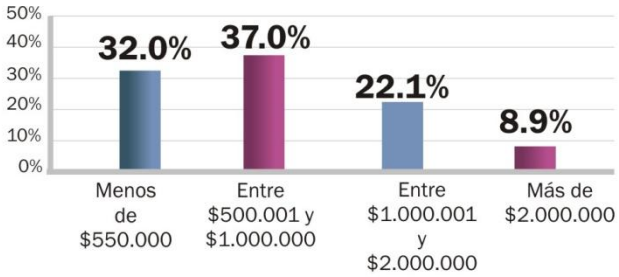
Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en la encuesta demanda potencial

En este contexto puede notarse que, la mayor problemática a resolver en los diez destinos de mayor potencial son, la inseguridad la cual se enumera en todos los destinos como una de las principales preocupaciones. Por su parte, el costo de los servicios turísticos y los demás complementarios, se resalta según los encuestados como un aspecto negativo, quizá por el excesivo cobro que hacen de estos a los turistas, aprovechando las temporadas altas o cualquier otro factor que lleva al abuso en tal sentido. El descuido de los destinos, la localización y el clima son otros de los aspectos que los encuestados resaltan como aspectos negativos que analizarían antes de realizar su viaje a dichos lugares.

Precios y capacidad de pago

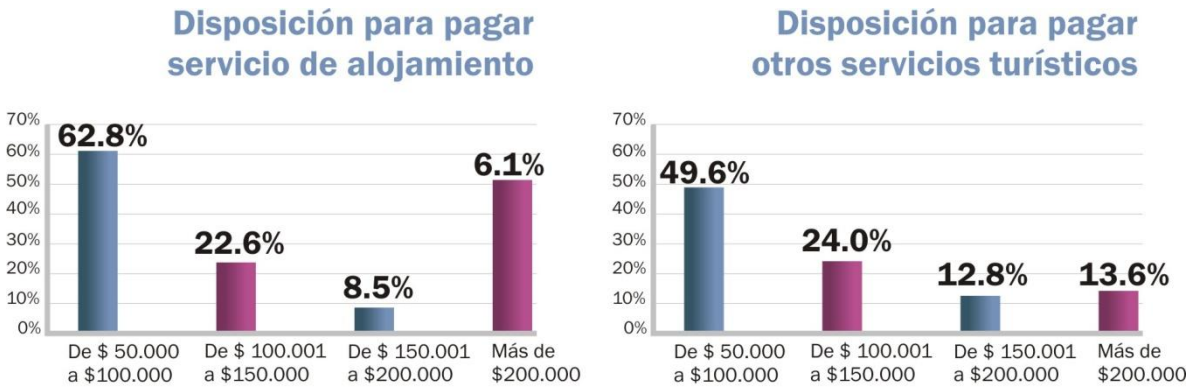
El precio corresponde a una de las variables más importantes, adicional a los demás determinantes de la demanda de servicios turísticos, en la toma decisión de los agentes, estando correlaciona de forma directa con el ingreso, que a su vez limita el nivel de consumo.

Siendo el ingreso de las personas, una variable fundamental en la función de demanda, se encontró que, el 37% percibe un ingreso que va de $550.000 a $1.100.000, un 32% recibe ingresos menores a $550.000, mientras que el 22.1% tiene ingresos en un rango de $1.100.001 y $2.000.000, entretanto que solo el 8.9% afirma generar entradas económicas por un valor superior a los $2.000.000



Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava
con base en los datos de la Encuesta de Demanda Actual

Sin embargo, siendo consecuente con la capacidad de pago (variable que de entrada se admite puede contener grandes sesgos, pues por naturaleza las personas son renuentes a no revelar la información verdadera de su ingreso), y con el fin de obtener una aproximación de las disposiciones a pagar por parte de la demanda potencial, se solicitó a cada encuestado valorar los servicios de alojamiento y otros complementarios (transporte, gastronomía, tours, entre otros), encontrándose que la mayor disposición a consumir se encuentra en niveles de precios que van de los $50.000 a $100.000, mientras que en el caso de otros servicios turísticos se aumenta la posibilidad de pagar un precio superior, considerando la cantidad de servicios que se incluyen (transporte, gastronomía, tours, etc.).



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA con base en los datos de la Encuesta de Demanda Potencial

Disposición a pagar por servicios turísticos

De la encuesta se concluye que los precios están acordes con el nivel de ingresos y disposición a pagar por parte de la demanda potencial: para el servicio de alojamiento (por persona y noche) están en un rango de $50.000 a 150.000 (85.4%), lo que es similar en otros servicios turísticos, donde igualmente corresponde al 73.6%.

En general, a través de este análisis descriptivo del sondeo, un plan de desarrollo turístico que apunte a potencializar el sector turístico de una región o destino, a través del aumento de la demanda44, debe considerar una demanda potencial interna que se interesa principalmente por aquellos destinos en los cuales pueda encontrar descanso, los cuales pueda visitar con la familia y cuyos precios estén asequibles para la capacidad de pago (a menor nivel de ingreso, menor precio), implicando de alguna manera la diferenciación de precios (que en el caso del sector turismo puede darse a través del primer y segundo grado, es decir por capacidad de pago y por cantidad) una vez se evidenció que la mayoría de los colombianos viaja siempre acompañado de su familia.

Otra conclusión importante de este análisis está en la necesidad del mejoramiento de las condiciones que propician el turismo, tal es el caso de la infraestructura vial

[44] En tal sentido no debería dejarse de lado el análisis de las externalidad negativas, pues si bien es cierto que el turismo es un motor que impulsa el desarrollo económico, también es evidente el efecto que sobre la comunidad tiene el desarrollo del mismo, es decir, el efecto sobre la población (prostitución, desgaste de los recursos naturales, saturación, entre otros).

(considerando que la mayor proporción se moviliza en medios terrestres) y el impulso del desarrollo del transporte aéreo con disminución considerable del nivel de precios, el mejoramiento de la percepción de seguridad, entre otros factores que determinan el comportamiento de la demanda por servicios turísticos.

1.4.2 GESTION TURISTICA DEL DESTINO

1.4.2.1 Mapa de actores estratégicos

Actor	Naturaleza Jurídica	Misión	Relación con turismo	Actividades Relacionadas	Resultados obtenidos
Vice ministerio de Turismo	Público de carácter nacional		Es el actor de mayor competencia con el turismo a nivel nacional.	La misión lo vincula directamente al turismo	Apoyo efectivo en planes y proyectos del turismo regional
Fondo de Promoción Turística de Colombia	Público nacional	Apoyo al desarrollo turístico a través del fortalecimiento de proyectos	Su competencia es total con la actividad del sector turístico	Ha financiado proyectos de promoción y ejecución de obras de infraestructura para fortalecer el turismo regional.	Se ha fortalecido el turismo, su organización y promoción generando confianza
BANCOLDEX	Público nacional	Banca de segundo piso para el fomento y desarrollo de proyectos de impacto económico	Contempla en sus líneas de competencia el sector del turismo	Fomento del turismo a través de créditos	Ha financiado proyectos de turismo en la región
PROEXPORT	Público Con alcance internacional	Fomentar y promover exportaciones del país	El sector del turismo se ha convertido en fuente de divisas	Ha promovido la vinculación de agencias mayoristas de varios países	Se realizaron visitas de familiarización de 11 países para incluir a Nariño dentro de su actividad comercial
Parques Nacionales Naturales	Público de carácter nacional	Protección, cuidado y manejo de	Uno de los atractivos del turismo más	Dentro de las actividades de parques, está	Forma parte en Nariño de los comités

		áreas de reserva natural	sobresaliente está en los parques naturales.	la participación con didácticas ambientales para el turismo	regionales de turismo y ejerce en los parques orientación ambiental
Gobernación de Nariño	Público regional	Gobierno territorial en el departamento de Nariño	Contempla en sus planes de desarrollo al turismo como estratégica económica	Desde la oficina departamental de turismo ejerce funciones de promoción y desarrollo turístico	Se ha liderado procesos y proyectos que han visibilizado el turismo de Nariño a nivel nacional.
Alcaldías de Pasto, Ipiales, Tumaco, La Cruz, Buesaco y de otros municipios	Publico municipal	Ejercen gobierno en los respectivos municipios	Involucran el turismo en sus agendas de actividades sociales y económicas	Han realizado actividades y proyectos que fortalecen la actividad turística.	Existen convenios y proyectos actualmente en ejecución. Se han fortalecido en formación, promoción y capacitación con "más Nariñenses viajando por Nariño"
Turnariño Ltda.	Público departamental	Administra bienes de su propiedad relacionados con el turismo de Nariño	Ejercer su misión.	En la actualidad administra los hoteles Morasurco y Sindamanoy	Ha dado soporte a proyectos de promoción y ejecución de actividades de turismo.
Cámaras de comercio de Pasto, Ipiales y Tumaco	Privado con delegaciones públicas.	Propender por el desarrollo regional, fortaleciendo la competitividad y llevar el registro mercantil.	Ejercen su misión vinculándose y liderando procesos de desarrollo del turismo	Convenios de competitividad y cadena productiva del turismo	Liderazgo en el proyecto binacional de turismo, participación activa en la gestión de promoción y representación
COTELCO Nariño	Privada	Representación gremial del sector hotelero	Su campo de acción lo ejerce en esta actividad	Capacitación, convocatoria y participación en las actividades del sector	Liderazgo en las vitrinas de ANATO, capacitación en el sector gremial y promociones turísticas.
Universidad de Nariño,	Pública y privadas	Formación y capacitación	Contemplan planes de	Se han creado programas de	Preparación en guianza turística y

Mariana, UNAD, Remington, SENA		académica	formación en turismo y actúan en el desarrollo regional	formación y capacitación, así como gestión en el sector	formación en medio virtual para la formación en el sector; acompañamiento la formulación de proyectos.
FENALCO Pasto y Tumaco	Privado	Representación y gestión gremial	Su misión le vincula al desarrollo regional, que contempla al turismo	Participación en el comité intergremial que privilegia al turismo como sector estratégico	Promoción turística y participación en procesos de la actividad del sector.

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava.

Otros actores muy importantes que han intervenido en los procesos de formación, gestión y promoción del turismo en la región son:

Actores sector privado:

- CORPOLACRUZ – Municipio La Cruz
- CORPOCARNAVAL – Municipio Pasto ente mixto
- Corporación de Turismo de Nariño

Actores prestadores de servicios turísticos:

Agencias operadoras de turismo, existen más de 50; ellas, en su gran mayoría ofertan un turismo emisivo. Las principales agencias operadoras de turismo receptivo son: Camino del Viento, Aventúrate por Nariño, entre otras.

Guías de turismo:

En Pasto existen 11 guías de turismo, aunque no todos están activos.

Transporte aéreo:

- AVIANACA
- SATENA

Transporte terrestre:

- Cootranar Ltda.
- Cootransmayo
- Edgar Gerardo Parra Venegas
- Expreso Bolivariano
- SRA
- Flota Guitara, S.A.
- Flota Magdalena, S.A.
- Galena
- Rápido Humadea, S.A.
- Servicio de Transportes Especiales, S.A.
- Transportadores de Ipiales, S.A.
- Transportes Sandoná, S.A.

1.4.2.2 Organización de la gestión del destino

Relación entre los actores y el destino

Actores – destino	Ponderación	Aspecto de la relación - comentarios
Sector público y comunidad	2.6	El grado de sensibilización, información y control de impactos, así como la calidad y cobertura de la infraestructura del destino aún son deficientes.
Empresarios y recurso humano	2.8	Las condiciones laborales, la formación continua, así como la escasa vinculación a personas de la comunidad son los aspectos que dan baja calificación en esta relación.
Sector público y sector turismo	2.6	La relación entre estos dos sectores aún es débil y aún no genera sinergias. No hay una articulación entre proyectos del sector privado y los planes de desarrollo oficial.
Sector privado	2.5	El trabajo de empresarios con el destino, su promoción y

operadores y destino		posicionamiento de marca es aún deficiente. La relación comercial con empresarios mayoristas no es consistente.
Sector turismo y comunidad	3.0	Los empresarios locales se involucran en las actividades artísticas y culturales de la comunidad, pero no sucede de una forma sostenida y la apertura a su involucramiento aún no se da de manera significativa.
Articulación entre los subsectores		Este factor no fue calificado para ser ponderado, pero sí se identificó en las opiniones abiertas como uno de los más sensibles y de mayor impacto en la eficacia para el manejo del destino. Esta relación se califica como muy débil y de amenaza.

La información presentada en este cuadro corresponde a la opinión de actores involucrados en el sector, recogida en encuesta realizada para el presente estudio.

Tras el análisis de la valoración que los actores locales hacen de los distintos factores de gestión, se puede concluir que el nivel de estas relaciones entre actores y las respectivas interdependencias con el personal de oficios y el entorno institucional, aún es muy débil. Se observa en algunos casos que esta situación alcanza niveles de precariedad. Tal es el caso de la relación entre actores del sector público y privado y la asociatividad entre actores de la gestión empresarial. Este, sin duda, uno de los factores más importantes a tener en cuenta para fortalecer la gestión del turismo en Nariño, en procura de conseguir la competitividad turística de la región.

También es notoria la baja cobertura en la difusión de la importancia del turismo para el desarrollo regional y concientización de la competencia que los distintos sectores de la comunidad tienen en procura de la formación de una verdadera cultura turística. Aunque se debe reconocer los esfuerzos realizados en la administración anterior con el programa de “Más nariñenses viajado por Nariño. Cimentación de una Cultura Turística”, que, tal vez por estar enfocado en los municipios no deja ver un impacto en la ciudad capital.

Entre los proyectos más destacados y que se encuentran en curso están:

- Proyecto Binacional de Turismo, entre Colombia y Ecuador. Liderado por el Comité Binacional (Gobernación; Alcaldías de Pasto, Ipiales y Cumbal; Cámaras de Comercio de Ipiales, Pasto, Tumaco)

- Proyecto de señalización turística, Pasto, Las Lajas y La Cocha. Gestionado por la Oficina de Turismo Departamental.

- Proyecto muelle turístico de La Cocha. A cargo de la Subsecretaría de Turismo del Municipio de Pasto.

- Capacitación al gremio de taxistas. A cargo de la Alcaldía de Pasto

- Proyectos regionales de infraestructura vial. Gobernación de Nariño y Alcaldía de Pasto, con el Ministerio de Transporte.

- Proyecto Teleférico Las Lajas. Gobernación de Nariño, Corporación Las Lajas con apoyo del Fondo de Promoción Turística de Colombia.

Entre los retos más sobresalientes para volver competitivo al sector están:

- Voluntad política, tanto de gobernantes como parlamentarios y del sector central.

- Pronta ejecución de obras de infraestructura adecuadas para respectivos los destinos.

- Fortalecimiento de la asociatividad y de las relaciones entre actores del sector.

- Alianzas público-privadas en sinergia con la gestión turística.

- Adecuada y oportuna inversión en infraestructura vial, aeroportuaria, marítima y fluvial en el departamento.

- Capacitación y formación de excelencia al recurso humano

- Fundamentación de una cultura turística.

Es en la organización de la gestión del destino (OGD, constituida por los actores locales involucrados y comprometidos con el desarrollo del turismo), donde descansa la responsabilidad del destino. Su propósito es brindar calidad permanente a los visitantes y alcanzar los objetivos estratégicos que se han planteado para convertir los atractivos en destino; en ellos se hace referencia a la conservación, mejora y puesta en valor de los atractivos turísticos. Su gestión implica conseguir la accesibilidad y mejoramiento de la infraestructura de los atractivos.

Gracias al dinamismo que ha adquirido la actividad turística, se están fortaleciendo las relaciones entre actores público y privado y con ello el impulso al mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos y la competitividad en Nariño y, con ello, se agrega valor a los destinos escogidos por los turistas.

En el Consejo Regional de Competitividad existe la Mesa de Turismo de la que forman parte diversos actores que trabajan en procura del fortalecimiento de la calidad de los servicios y de programas y proyectos, con alcance regional, nacional, binacional e internacional.

El SENA, la Oficina Departamental de Turismo y las instituciones de educación superior, vienen desarrollando programas de capacitación en guianza turística y sensibilización turística, entre otras.

El programa bandera de las dos administraciones anteriores (2004- 20119) Más Nariñenses Viajando por Nariño, concebido para el fortalecimiento del turismo regional ha trabajado en 30 municipios del departamento, capacitando y organizando actores locales con el propósito de crear y fortalecer una “cultura turística” capaz de comprometer y entender la importancia estratégica del entorno social, ambiental y cultural de los destinos involucrados en los programas de desarrollo turístico. Entre los logros alcanzados con estos programas, se valora la receptividad de la comunidad que, cada vez con mayor calidad y calidez, vienen acogiendo a los turistas que los visitan.

Es pertinente señalar que una de las debilidades dentro de la OGD, que tiene la región es el débil sistema de mercadeo. Sin embargo, no se pueden desconocer las gestiones de oferta comercial que se han desarrollado, a través de la relación con agencias

operadoras de turismo mayorista y minorista y, también mediante la participación activa en vitrinas turísticas nacionales e internacionales y relaciones con medios de comunicación para promocionar la región.

1.4.3 IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA PROYECTOS ESTRATÉGICOS

Al entender el turismo como una actividad económica, generadora de beneficios para sectores públicos y privados, la cual debe redundar en una oferta de calidad para el turista, es imprescindible contar con estrategias de financiación para el sector, sobretodo en el caso de los empresarios que carecen de la liquidez inmediata para su desarrollo y/ o mejora. La financiación de proyectos es necesaria para garantizar la competitividad en términos de infraestructura, adecuación de servicios y competitividad.

A continuación se presentan las fuentes de financiación a nivel nacional e internacional, a las cuales pueden aplicar tanto empresarios del sector como las entidades territoriales.

Fuentes de financiación a nivel internacional

a. **Fuentes de financiación internacional multilateral**

Fondos provenientes del Banco Mundial (MD) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID) fundamentalmente, **Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del BID,** complementados con algunos de la Corporación Andina de Fomento (CAF), la Unión Europea (UE) y el Banco Europeo de Inversiones (BEI), aplicables a proyectos de infraestructura.

b. **Fuentes de financiación internacional bilateral**

Son los convenios de cooperación firmados entre Colombia y otra nación. Los países con los cuales se han llevado a cabo este tipo de acuerdos son España, Suiza y Japón.

c. **Fuentes de financiación a nivel nacional**

A continuación se presenta el esquema de entidades de financiación de proyectos públicos de infraestructuras que pueden actuar como inversionistas en el desarrollo del sector turístico:

- El presupuesto general de la Nación
- El situado fiscal
- Fondos especiales

Entre los fondos especiales se encuentran:

- Fondo Nacional de Turismo (Fondo de Promoción Turística)
- Fondo de Modernización e Innovación para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa – iNNpulsa Mipymes.
- Departamento Administrativo para la Prosperidad Social.
- Fonade.
- Finagro.
- Fondo DRI.
- Fonam.
- Ecofondo.
- Fondo Nacional de Garantías.
- Fondo de Desarrollo Regional.
- Fondo de Compensación Ambiental.
- Fondo Agropecuario de Garantías.
- Colciencias.

d. **Entidades de financiación para proyectos de rehabilitación y modernización de la infraestructura turística existente**

- Financiera de Desarrollo Territorial S.A. Findeter
- Fonade
- Bancóldex
- Fondo de Promoción Turística

e. **Entidades de financiación para pymes del sector turístico y en otros sectores productivos relacionados**

- Fondo Nacional de Garantías

- Bancóldex
- Findeter
- Finagro
- Innpulsa Mipyme (Bancóldex)
- Fondo Nacional de Turismo (Fondo de Promoción Turística).

f. **Entidades de financiación para grandes proyectos privados de inversión en el sector turístico**

- Bancóldex (como banco de segundo piso).
- Findeter (como banco de segundo piso).
- Banca privada.
- Fonade.

A continuación se presentan las líneas de financiación que defineMincomercio en su página web[45]:

ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIÉNES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
FINDETER	Con el objeto de impulsar el sector empresarial Pyme en el país, La Financiera de Desarrollo Territorial S.A., Findeter, la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias, ACOPI y el Fondo Nacional de Garantías, FNG, se unieron. Las tres entidades se comprometen a colocar a disposición de pequeños empresarios recursos crediticios	Los beneficiarios son pequeñas y medianas empresas, inclusive las afiliadas a ACOPI. Serán beneficiarios de crédito, siempre y cuando su actividad corresponda a los sectores financiables por FINDETER que son los siguientes: Las medianas empresas cuyos activos totales se encuentren entre cinco mil uno (5.001) SMMLV y quince mil (15.000) SMMLV. Las pequeñas	Estos dineros podrán ser destinados para infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, compra de bienes inmuebles y terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica y aquellos gastos ocasionados en el desarrollo del proyecto, por ejemplo, impuestos, gastos de escrituración, etc. ***Beneficiarios de Crédito*** FINDETER podrá redescontar créditos a las entidades de derecho privado, para la realización de los programas o proyectos

[45]Mincomercio año 2012

ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIÉNES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
	de Findeter	empresas cuyos activos totales se encuentren entre quinientos uno (501) SMMLV y menos de cinco mil uno (5.001) SMMLV	de inversión y preinversión dentro de los sectores financiables por FINDETER, entre los que se destacan salud, educación, servicios públicos domiciliarios, transporte, telecomunicaciones, turismo, medio ambiente, destinados a infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, adquisición de bienes inmuebles y terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica, reconocimiento de gastos incurridos durante la ejecución del proyecto (gastos de ingeniería, impuestos y gastos de escrituración por adquisición de predios, impuestos y aranceles por adquisición de tecnología) y demás inherentes a la gestión empresarial de las pequeñas y medianas empresa PYMES.
BANCOLDEX	El Gobierno Nacional presentó el pasado 26 de noviembre (2011) el programa "a Progresar", mediante el cual crea un cupo especial de crédito por 1,5 billones de pesos para apoyo a la productividad y	Las personas naturales o jurídicas consideradas Mipymes, se podrán ver beneficiadas si cuentan con un plan de acción y están desarrollando o comienzan la implementación de un programa para	Esto se puede hacer ya sea por iniciativa propia o a través de entidades como las cámaras de comercio, gremios o asociaciones, Colciencias, Sena, Proexport, Innpulsa Pymes, programas de los centros regionales de productividad.

ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIÉNES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
	competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). La línea de crédito permite financiar, en moneda legal y en dólares, bajo el mecanismo de redescuento y operaciones de leasing, los proyectos de inversión derivados del plan de acción que el empresario defina.	mejorar su productividad y competitividad empresarial. Los recursos de crédito otorgados pueden destinarse a financiar las inversiones en activos fijos y diferidos, requeridos en actividades como modernización y ampliación de la capacidad productiva, desarrollo, adquisición y transferencia de tecnología; aumento del valor agregado en productos; plan de expansión internacional y programas para el control y mejoramiento del impacto ambiental.	
FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA	La administración del Fondo de Promoción Turística está a cargo de una entidad administradora perteneciente al sector privado del turismo, elegida mediante licitación pública y contratada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; en la	Los recursos de la contribución parafiscal, que administra el Fondo de Promoción Turística, se invierten en proyectos de promoción, mercadeo y competitividad del turismo, Pueden acceder a estos recursos	. El acceso a estos recursos es a través de la presentación de proyectos por parte de los sectores aportantes de la contribución parafiscal, los gremios que agrupan a los aportantes de la contribución parafiscal, las entidades territoriales, las entidades mixtas de

ENTIDAD	QUIÉNES SON	QUIÉNES ACCEDEN AL CRÉDITO	CÓMO ACCEDER AL CRÉDITO
	actualidad es el CONSORCIO ALIANZA TURISTICA, la entidad Administradora, la cual se encuentra conformada por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica-ACODRES y L´alianxaTravel Network	aquellas entidades territoriales, Fondos mixtos, gremios, asociaciones y alianzas empresariales y aportantes de la contribución parafiscal que presenten proyectos.	promoción turística, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport y la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística., Lo anterior de acuerdo con los procedimientos establecidos en el manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos. Todos los proyectos deben ser aprobados por el Comité Directivo del Fondo.

Fuente: Mincomercio, 2012.

Así mismo, en este contexto, se anexa cuadro resumen de las fuentes de financiación más importantes a nivel nacional, especificando en cada una, las líneas de crédito, áreas de inversión y costo de financiación:

Entidad	Línea de Crédito	Áreas de inversión	Costo de la financiación
Fondo de Promoción turística[46]	• Competitividad • Promoción turística	80% de la inversión la asume el Fondo de Promoción Turística y el 20% el proponente[47]	
FINDETER (Banca de segundo piso)	HOTELERO	Inversiones para atención al turista: hotelería y hospedaje, sistemas de tiempo compartido	

[46]http://www.fondodepromocionturistica.com/descargas.php

[47]Los porcentajes de financiación dependen del tipo de proyecto. Para ampliación del tema véase el manual para la presentación de proyectos presente en la página web del Fondo de Promoción Turística de Colombia.

Entidad	Línea de Crédito	Áreas de inversión	Costo de la financiación
			Crédito bajo entidades canalizadoras DTF vigente en adición al porcentaje TA para sector privado o público. En caso del sector público según el tiempo de financiación (años) el TA oscila entre el 2,75% al 4,05%. Para sector privado el rango es 2,85% al 4,15%
	ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDADES DE INTERÉS TURÍSTICO	Establecimientos de interés turístico:establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares, inversiones para la práctica de las modalidades de turismo, agencias de viajes y turismo, planes de mercadeo y promoción turística, transporte de turistas, operadores profesionales de congresos y eventos.	
	PARQUES	Parques ambientales, parques temáticos.	
BANCOLDEX (Banca de segundo piso)	LARGO PLAZO	Bancóldex cuenta con modalidades de crédito para atender las diferentes necesidades de todas las empresas en Colombia, a través de la red de intermediarios financieros, con plazos hasta de 10 años y periodos de gracia a capital hasta de 3 años.	Depende de la opción de financiación o línea de producto.
Entidades bancarias comerciales (Bancolombia,	Microcrédito empresarial	Todas	30% efectiva anual sobre el valor total del préstamo.

Entidad	Línea de Crédito	Áreas de inversión	Costo de la financiación
Banco Popular, BBVA, Grupo Aval y demás)	Crédito de consumo	Todas	Se ubica en un rango entre 1,08% a 2,05% efectiva mensual sobre el valor total del préstamo
Fondo Emprender	El Fondo Emprender financia iniciativas empresariales que provengan y sean desarrollados por alumnos del SENA o egresados de cursos de esta entidad en el programa de jóvenes rurales y líneas de formación de líderes del desarrollo; igualmente incluye a estudiantes de los dos últimos semestres de programas de educación superior reconocidas por el Ministerio de Educación.		Crédito con un plazo máximo de 3 años, el valor de la DTF oscila dependiendo del capital solicitado desde 2,5% a 3,3%.

Cuadro: líneas de crédito aptas para el turismo
Fuente: Unión Temporal Turismo Bolinorsagua, con base en información de la página web de Mincomercio, 2012.

Análisis de las fuentes de financiación

Las opciones de financiamiento para empresarios y sectores públicos principalmente son ofrecidas por la banca de segundo piso. Se entiende por banca de segundo piso las entidades que canalizan recursos a otras instituciones financieras para otorgar préstamos con tasas preferenciales bajo el subsidio y puesta de recursos monetarios del Estado.

Por ello, Bancóldex y Findeter no prestan directamente; para acceder a sus créditos es necesario acercarse a los bancos con los cuales tienen convenio. En el caso de Findeter existe la opción de canalizar recursos a los departamentos para sectores como el turismo con intereses especiales y tiempos de pago que involucran periodos de gracia previo convenio.

Los costos de financiación de los créditos emitidos por estas instituciones toman como base la tasa vigente de la DTF[48] en adición a unos puntos estipulados según perfil del financiado.

Otra opción de financiación es dada por la banca comercial la cual suele ser la de mayor costo pues en el caso del microcrédito empresarial se cobra la máxima tasa estipulada por la Superfinanciera del 33.45% efectiva anual. La razón para que este tipo de préstamo sea al más costoso obedece al alto riesgo con el que se califica a las microempresas.

La opción del crédito de consumo son los productos de libre inversión pero cuya opción de ser otorgados depende del respaldo financiero y crediticio del solicitante.

En términos generales, podría decirse que las fuentes de financiación están disponibles de manera inmediata para los solicitantes que presenten un respaldo financiero como propiedad y planta para ser puestos en garantía del valor solicitado del préstamo. Esto sucede en el caso de que se quiera acceder a las líneas de crédito de entidades comerciales bancarias, de régimen no especial. Esta fórmula de financiación no es asequible para microempresarios ya que se solicitan tasas de solvencia muy grandes para lo que ellos pueden asumir.

De igual manera, las entidades citadas en el párrafo anterior, ofrecen créditos con una tasa de interés superior al 25% anual lo que encarece el pago de la deuda y prolonga los abonos a capital permitiendo que el tiempo de amortización sea superior a cinco (5) años. En el caso de poder acceder a un microcrédito, el más aprobado para los empresarios, éste es catalogado de alto riesgo por lo que su tasa es la misma de usura fijada por la Superintendencia Financiera (33% anual).

En referencia a los créditos de fomento especial, existe una gran desinformación hacia los mismos. Lamentablemente las instituciones que los ofrecen como Bancóldex no hacen presencia a nivel municipal, lo que obliga a un desplazamiento a la ciudad, condición que afecta considerablemente la accesibilidad a la información de este tipo.

[48]Es una tasa de interés que resulta del promedio ponderado de las tasas y los montos diarios de las captaciones a noventa (90) días

Por otro lado, aunque el Fondo de Promoción Turística es un buen aliado en la puesta de recursos para proyectos de turismo, los montos de financiación y la aprobación de los mismos dependen del destino y uso de los fondos. Para acceder a esta financiación se deben formular proyectos bajo la metodología propuesta en el manual de proyectos de la entidad. Vale la pena aclarar que para mejoras locativas en propiedad privada no se entregan recursos.

Después de este análisis de las fuentes o entidades que otorgan financiación de cualquier tipo para proyectos inmersos en la industria turística, se puede concluir que aunque las fuentes de financiación son suficientes, existen varios aspectos que retardan el acceso a las mimas; entre otros:

1) La falta de información por parte de los agentes del sector a la hora de conocer las fuentes de financiación que podrían desarrollar sus proyectos.

2) La falta de conocimientos a la hora de crear un plan de negocios, uno de los requisitos mínimos que se solicitan, en el que no solamente se debe realizar una descripción minuciosa del proyecto sino su viabilidad económica y financiera.

3) En ocasiones, los trámites administrativos se convierten en camisas de fuerza que dilatan la aprobación de los proyectos.

1.5 ANÁLISIS DOFA

La construcción de la matriz DOFA se realizó siguiendo los lineamientos de la metodología adoptada en el presente estudio, la que consiste en recoger información primaria a través de encuestas realizadas en talleres técnicos en los que participan actores locales involucrados en el sector turístico, tras la socialización de la metodología y la inducción pertinente sobre términos y conceptos actualizados del turismo universal que busca la competitividad y sostenibilidad, como requisitos fundamentales para fortalecer y desarrollar el turismo de cada región. A estas opiniones de actores locales se sumó y puso en consideración las de los expertos del nivel central que las formularon en los ejes de: Atracción; Soporte; Promoción y Gestión. Cuyos resultados, clasificados en estos ejes se presentan a continuación.

1.5.1 FACTOR ATRACCIÓN

Debilidades	Fortalezas
▪ Disminución acelerada de los bosques nativos por la intervención del hombre. ▪ Conflictos relacionados por el uso del suelo. ▪ Disposición final inadecuada de residuos sólidos. ▪ Falta infraestructura básica en algunos atractivos y destinos. ▪ Desconocimiento de muchos de los atractivos del departamento. ▪ Limitada vinculación y capacitación comunitaria en el manejo de turismo rural y de naturaleza. ▪ Limitado conocimiento cultural e	▪ La bio-diversidad, todos los pisos térmicos y naturaleza exuberante que posee Nariño, aptas para el turismo. ▪ Presencia de instituciones con jurisdicción en zonas protegidas. ▪ Diversidad de culturas ancestrales y permanencia de sus costumbres. ▪ Contar con volcanes y lagunas como atractivo natural único en el país. ▪ Poseer bosques de niebla, bosque tropical húmedo, cordones bióticos del manglar; rio de gran magnitud y abundantes cascadas. ▪ Poseer dos patrimonios culturales de la humanidad, Carnaval de Negros y Blancos y la marimba del Pacífico.

integración con las comunidades indígenas y afro-descendientes.

- Deficientes prácticas ambientales para el manejo de algunos productos y cadenas productivas.
- Deficiente administración y control del recurso hídrico por parte de las instituciones de competencia.
- Escasa logísticas para acceder a atractivos.
- Falta compromiso del sector privado en el manejo ambiental.
- Deficiencia institucional para la protección y preservación de las zonas protegidas.
- Deficiencia en los procesos de sensibilización ambiental a las comunidades.
- Falta control y seguimiento al impacto ambiental de grandes proyectos.
- Falta un plan de manejo de basuras y cultura de reciclaje en los entornos turísticos.
- Falta un plan para la recuperación de los recursos afectados, no hay medidas correctivas.
- Falta de plantas de tratamiento de aguas residuales y desechos sólidos en los sitios turísticos

- El Santuario de Las Lajas, unos de los principales atractivos religiosos y arquitectónicos del país y el área Andina.
- Conocimiento de métodos ancestrales de producción artesanal de calidad.
- Riqueza de productos marinos y la gastronomía del Pacífico.
- Valoración, conocimiento y atracción de la medicina tradicional de la región.
- La ubicación geo-estratégica, al contar con las cuencas pacífico- amazónica- cordillera andina y frontera al sur del continente.
- Programas ambientales en las escuelas amigables con el medio ambiente.
- Concientización y compromiso de los empresarios para la formación turística con criterio sostenible.

- Falta personal guardabosques para salvaguardar y vigilar zonas protegidas e informar al turista.
- Aeropuerto ubicado en zona de problemas climáticos que genera cancelación de vuelos.
- Problemas de accesibilidad a los atractivos turísticos.
- Escasa oferta de actividades en las poblaciones aledañas a los volcanes.
- Falta una adecuada promoción de los atractivos naturales.
- No hay asociatividad entre actores del sector del turismo.
- Aún es débil la institucionalidad encargada del desarrollo turístico.
- Débil conocimiento y sensibilización sobre el turismo en las comunidades
- Falta guianza con conocimiento en turismo ambiental.
- Débil aprovechamiento de la cultura y saber artesanal.
- No se promociona la cultura gastronómica del Departamento.
- Falta de promoción de atractivos turísticos indígenas.

Oportunidades	Amenazas
■ Inclusión del turismo de cultura y naturaleza en el Plan Nacional de turismo. ■ Tendencia nacional y mundial por el turismo de naturaleza y de aventura. ■ Existencia de ecosistemas con características de patrimonio ambiental. ■ Este Plan de desarrollo turístico para Nariño. ■ Incentivos económicos del gobierno para el turismo. ■ Políticas de protección y fortalecimiento a la identidad cultural. ■ Actualización de los POT ya que permite hacer ajustes para uso adecuado y protección de los suelos en beneficio del turismo. ■ Desarrollo del turismo binacional con el Ecuador. ■ Relación con la cultura Andina y a su pasado. ■ Riqueza natural que permite el desarrollo de deportes de aventura hasta ahora inexplotados. ■ Se cuenta con buena infraestructura para nuevos mercados (Ecuador) en turismo de salud y belleza. ■ Mayores exigencias de los turistas respecto al manejo ambiental. ■ La construcción del teleférico Las Lajas permite vincular atractivos culturales y naturales como los pictógrafos de Potosí.	■ Afectación al medio ambiente por falta de planes de manejo. ■ Mal manejo de la información de los atractivos ambientales por operadores poco profesionales. ■ Desarticulación y cruce de competencias entre las instituciones públicas. ■ Contaminación del recurso agua superficial y subterránea. ■ Extinción progresiva de fauna silvestre. ■ Desplazamiento y migración de los habitantes del campo y rurales. ■ Amenaza por desastre naturales. ■ Deforestación para siembra de cultivos ilícitos. ■ La pobreza en amplios sectores de los habitantes de la región. ■ Malas prácticas de la ganadería extensiva. ■ Condiciones de abandono por parte del Estado de amplios sectores de la zona pacífica. ■ Reclutamiento de jóvenes trabajadores del campo por parte de actores del conflicto. ■ Alteración en cultivos, climas y naturaleza por el cambio climático. ■ Explotación minera y maderera excesiva. ■ El desplazamiento forzado invade

■ Implementación de estándares de calidad para dar categoría a la gastronomía regional. ■ Existencia de atractivos naturales y culturales en el entorno del clúster de Ipiales y la ruta de los volcanes. (cerro negro, páramo de paja blanca, ruta láctea, desfile histórico de Gualmatán, parque arqueológico de Pupiales etc.) ■ Variedad en la oferta de turismo religioso. ■ Inclusión del Carnaval de la Frontera como patrimonio nacional	terrenos, los quema y tala los bosques. ■ Existencia de narcotráfico y grupos armados ilegales que crean inseguridad, alteran el orden público y monopolizan las tierras. ■ Exceso de institucionalidad con competencias paralelas y poco eficientes. ■ Mal manejo de la información sobre la región por parte de los medios de comunicación nacionales, afectando el turismo regional.

1.5.2 FACTOR SOPORTE

Debilidades	Fortalezas
■ Baja calidad y limitado espacio público para turistas y habitantes. ■ Baja preparación y logística para la realización de grandes eventos. ■ Falta de ornato y cuidados de las zonas verdes urbanas. ■ Poco equipamiento turístico en los municipios del departamento. ■ Limitada generación de empleo calificado en los servicios del sector. ■ Condiciones laborales deficientes en el sector. ■ Políticas crediticias poco favorables para las pymes. ■ Carencia de regulación en el espacio	■ Posición estratégica frontera marítima y terrestre. ■ Potencialidad en el talento humano. ■ Potencialidad artística y cultural de la región. ■ Turismo histórico, cultural y étnico. ■ Comunidades con gente pacífica, amable y generosa. ■ Reconocimiento de los valores patrimoniales de la cultura nariñense (carnavales y marimba del Pacífico) ■ Gente que valora y tiene habilidades en el arte ■ El dialecto del nariñense es llamativo y rico en modismos ancestrales indígenas.

público (calles, parques, plaza de mercado ...)

- deficiente servicio integral en el transporte colectivo.
- No hay continuidad en los procesos de proyectos que soportan la actividad turística.
- Concentración vial en torno a la capital pero muy débil del resto de los otros municipios.
- La mayoría de los municipios no cuenta con terminal terrestre.
- Baja oferta de rutas, itinerarios y empresas de transporte aéreo.
- Las terminales aéreas son limitadas y deficientes en los soportes de navegación.
- Infraestructura (acceso, amueblamiento) turística deficiente y limitada en los atractivos.
- Red vial secundaria y terciaria en mal estado.
- Deficiencia de la infraestructura de los aeropuertos que no favorece el desarrollo turístico.
- Falta de señalización vial y turística.
- Muelles turísticos de La Cocha y Tumaco en mal estado.
- Falta de un adecuado centro para eventos y convenciones.
- Dilación en la toma de decisiones para la reestructuración del Aeropuerto en Ipiales.
- Falta de Puntos de información Turística.

- Valoración y diferenciación gastronómica del Departamento
- Diversidad cultural y de costumbres en la región.

- Inadecuado Terminal de Transporte en Tumaco.
- Inexistencia de terminales terrestre en la mayoría de los municipios.
- Falta cobertura completa de energía eléctrica en la zona pacífica.
- Deterioro del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico en el departamento.
- Débil infraestructura y equipamiento en la red hospitalaria en la mayoría de los municipios.
- Desconocimiento y falta de adecuación de los caminos ancestrales indígenas como recorrido turístico
- Falta de adecuación de los caminos ancestrales indígenas como recorrido turístico.
- Escasa presencia de la policía turística en el Departamento.
- Baja participación activa de los municipios en el consejo de seguridad y manejo de riesgo.
- Bajo equipamiento de la policía para el cumplimiento de sus labores.
- Bajos niveles de seguridad en atractivos turísticos.
- No se aplica / No se la conoce la política turística
- No hay policía turística efectiva que interactúe con el residente y el turista
- No se cuenta con suficiente personal para

atender necesidades del turismo en los municipios. ■ No existe buena cobertura y calidad en el servicio primario de salud. ■ Falta de acompañamiento con otras acciones sociales y económicas a la estrategia militar en la costa Pacífica. ■ Escasa información turística en puntos estratégicos. ■ Baja cultura turística entre la comunidad. ■ Deficiente atención en el comercio y en sitios de interés para el turismo. ■ Desarticulación entre los actores del sector turístico y la comunidad ■ Escasas campañas de sensibilización turística ■ Desconocimiento por parte de la comunidad de su localidad y su entorno. ■ Falta mayor entusiasmo por estudiar, capacitarse y valorar en el tema turístico. ■ Falta de espíritu emprendedor en actores del sector. ■ Baja participación de la comunidad receptora en las decisiones referentes al sector turístico. ■ Falta de estandarización y control de precios y tarifas en todas las temporada. ■ Existe mucha improvisación y empirismo en la prestación de servicios turísticos. ■ Falta de ética en algunos servicios que se presta al turista.	

■ Deficiente servicio de transporte especializado en turismo. ■ Falta una agenda con mayor frecuencia en consejos de seguridad en los municipios.	

Oportunidades	Amenazas
■ Proyectos en curso para construir y recuperar vías en el departamento. ■ Oportunidades para fortalecer la competitividad y productividad (ante el T.L.C.- regalías). ■ Se cuenta con un plan regional de competitividad. ■ Ya existe conciencia para la integración entre actores públicos, institucionales y gremiales en el sector turístico. ■ Canalización de recursos para proyectos estratégicos desde el nivel central. ■ Mejoramiento de la vía Panamericana Pasto- Ipiales - Ecuador. ■ Existen proyectos viales con el interior del país y la transversal pacífico - amazónico. ■ Resurgimiento de la valoración histórica de los pueblos en Nariño. ■ Ampliación del paso de turistas y vehículos las 24 horas por el puente internacional Rumichaca. ■ Se cuenta con un inventario turístico de Nariño. ■ Ampliación del aeropuerto de Ipiales y Tumaco y mejoramiento de las ayudas de	■ Baja integración e iniciativas turísticas en la región. ■ Limitados presupuestos públicos para el sector. ■ El sector político y gubernamental no conocen la complejidad del turismo y son indiferentes al compromiso para el fortalecimiento del sector en el departamento. ■ En el norte y la región del Pacífico de Nariño existen minas anti personas y armamento bélico. ■ Informalidad dentro de las actividades y empresariado del sector. ■ Deterioro del tejido social por el conflicto armado y baja atención del Estado. ■ Falta de conocimiento y apropiación de la cultura turística por el entorno social. ■ Bajo interés de inversión por parte del sector público y privado en el sector. ■ Baja innovación y utilización de la tecnología. ■ Malla vial de Nariño en mal estado. ■ Baja cobertura en la infraestructura que conecta el Departamento de Nariño con el

aeronavegación en Pasto.

- Nuevas inversiones en proyectos en infraestructura para el turismo (una marina, iluminación en el Morro; teleférico en las Lajas; muelle turístico en la Cocha; Parque cañón del Juanambú; Termales de Tajumbina).
- Mejoramiento de la calidad de los servicios públicos en las zonas turísticas.
- Plan departamental de aguas con alta cobertura regional.
- Proyectos en desarrollo de energía alternativas –geotérmicas.
- Presencia de la policía de turismo en Pasto.
- Buena actitud y disposición de la fuerza pública para apoyar el sector y las actividades del turismo.
- Política nacional para el fortalecimiento de la seguridad en Nariño.
- Se tiene un concepto positivo sobre la amabilidad del nariñense.
- Aprovechamiento de la habilidad artística y artesanal del nariñense.
- Creación de industrias culturales.
- Aprovechamiento de la declaratoria como patrimonio cultural de la humanidad en el Carnaval y Marimba.
- Creciente demanda por un turismo
- etnocultural en el turismo internacional
- Posicionamiento del encuentro Internacional de Culturas Andinas y del

interior del país.

- Alto costo comparativo con otras regiones en el transporte aéreo.
- Incumplimiento en los itinerarios aéreos.
- No se adecua el aeropuerto a las necesidades del sector.
- Deficiencia en infraestructura básica para el turismo.
- La incertidumbre del plan de movilidad en Pasto.
- Pérdida del patrimonio arquitectónico.
- Desinterés nacional en el mejoramiento vial en el Departamento de Nariño.
- Incremento de amenazas, secuestros, delincuencia común, etc.
- Percepción de un departamento inseguro por parte del Turista.
- Insuficiente control en frontera para evitar tráfico de menores.
- Restricción de acceso a atractivos turísticos por instituciones por fenómenos naturales.
- No se revisa y controla la información a través de los medios de comunicación cuando desinforman o exageran sobre situaciones de región.
- Falta de control de las casas de cambio en la zona de frontera.
- Altas corriente de migrantes por el desplazamiento y por narcotráfico.

Pacífico. ■ Valores ancestrales de la oralidad. ■ Articulación con otras declaratorias del patrimonio cultural. ■ Apertura de vías para Sucumbíos, frontera con Ecuador con valores étnicos, ambientales y culturales. ■ Apertura de caminos que llevan al redescubrimiento de las culturas indígenas con valor ancestral, como el camino Inca. ■ Mayor ventaja para el turismo por la corriente turística internacional por el convenio entre Colombia y Ecuador.	■ Falta mayor cobertura en infraestructura energética en el Departamento.

1.5.3 FACTOR PRODUCCIÓN

Debilidades	Fortalezas
■ Desconocimiento en la Cadena Productiva del Turismo de las Normas de Calidad, para la buena prestación de los servicios. ■ Improvisación de casas de habitación como hoteles, sin tener en cuenta estándares mínimos para la prestación de los servicios. ■ Falta de capacitación del personal vinculado al establecimiento para una excelente atención al cliente. ■ Falta de implementación de procesos y procedimientos hoteleros, que permitan la prestación del servicio con eficiencia, eficacia, calidad y calidez. ■ Falta de asociatividad de los prestadores de servicios, que permitan el fortalecimiento de la industria hotelera y turística en el departamento de Nariño.	■ La calidad de la proveeduría agrícola de la Región fortalece la oferta turística a través de alianzas y convenios con la Cadena Productiva del Turismo. ■ El SENA ha fortalecido su oferta de capacitación técnica ampliando la variedad de cursos relacionado con el turismo. ■ La Universidad del Nariño ofrece en modalidad virtual capacitación en áreas del sector. ■ Las 3 Cámaras de Comercio del Departamento ofrecen y apoyan diversas oportunidades de capacitación y gestión en el sector. ■ Conocimiento ancestral de las

- Improvisación en el montaje de empresas hoteleras, sin el debido estudio de factibilidad, estudio de mercado, retorno de inversión, que logren proyectar las empresas para que sean autos sostenibles y rentables.
- Trabajo aislado, sin asesoría y sin planeación en el montaje de proyectos de turismo.
- Existe mucha informalidad empresarial en la cadena del sector.
- Número importante de empresarios del sector con una limitada formación en turismo.
- Baja formación en el personal vinculado a la prestación de servicios turísticos.
- Baja competencia en la fuerza laboral que ofrece la comunidad.
- Limitada oferta en la formación superior en turismo.
- Limitada oferta de docentes calificados para la formación el sector.
- Dificultades para encontrar patrocinadores y empresas para realizar prácticas y pasantías.
- Limitada oferta de capacitación y formación en idiomas.
- Escasa oferta de profesionales bilingües.
- Falta articulación interinstitucional e intergremial para organizar la oferta de formación relacionada con el sector.
- No hay capacitación permanente y continua.
- Falta de una cátedra sobre cultura ancestral de esta región.

comunidades indígenas de la región del Nudo de los Pastos.

- Existencia de la diversidad de creencias, mitos, leyendas, saberes ancestrales cuyos imaginarios se reflejan en la elaboración de fiestas y eventos en los diferentes municipios del Departamento.

- No hay una estructura empresarial sólida y competitiva.
- Falta de infraestructura para la oferta de calidad y competitividad en el sector gastronómico.
- No hay estandarización de precios para el turismo.
- Con la infraestructura turística existente no es posibilite competir con otras regiones.
- Débil imagen corporativa.
- No hay inversión en el sector.
- Falta infraestructura hotelera competitiva y moderna.
- Débil presencia directa del Estado con programas y presupuesto.
- Escasa oferta de profesionales en multilingüismo incluyendo las lenguas étnicas de la región.
- No existe memoria escrita de la cultura ancestral

Oportunidades	Amenazas
▪ Posibilidad de establecer alianzas estratégicas para el fortalecimiento de la cadena productiva del turismo y de la región. ▪ Promoción de campañas para el intercambio binacional turístico. ▪ Posibilidad de acceder a recursos destinados para el fortalecimiento del	▪ Falta de control de la hotelería informal en la región, para vigilar el cumplimiento de los estándares mínimos de calidad en la prestación de los servicios. ▪ Mala imagen del destino por la improvisación y deficiencia en la prestación de servicios de la cadena productiva del turismo.

turismo.

- Posibilidad de contar con recursos del gobierno central para inversionistas y empresarios de proyectos destinados al fortalecimiento del turismo.
- Posibilidad de realizar alianzas con empresas turísticas del orden internacional, especialmente con Ecuador.
- Proyectos de impacto regional generarán mayor actividad empresarial y empresarismo asociativo y mayor capacitación.
- Presencia en la frontera de universidades ecuatorianas que capacitan en actividades del sector.
- Existencia de asociaciones del sector como Shaquiriam, Turicumbes, Runa Kuna y otras más sin ánimo de lucro.
- Existencia de Corpolajas con la capacitación como uno de sus ejes misionales.
- Surgimiento de empresas privadas del sector en Ipiales.
- Oferta de programas académicos para el sector
- Creciente valoración del turismo como fuente de desarrollo.
- Mejoramiento de las habilidades y competencias del talento humano.
- existencia de proyectos para centros en capacitación en otros idiomas.
- Desarrollo de las TIC en programas de amplia cobertura en la población.
- Intercambio de conocimientos con empresas

- Falta de políticas y control de tarifas que eviten la competencia desleal entre establecimientos.
- Subvaloración del empresariado al personal calificado en turismo.
- Baja demanda formal de los programas de turismo lo cual desmotiva el crecimiento de la oferta.
- El sector turístico no cuenta con personal capacitado para laborar en el sector.
- Deserción de los estudiantes en los programas académicos relacionados con el turismo.
- No se diversifica en los demás municipios programas de capacitación.
- Las instituciones educativas siguen promoviendo formación tradicional y no capacitan en sectores productivos como el turismo.
- Desconocimiento de la cultura étnica en los programas educativos.
- Falta de motivación en jóvenes para formarse en turismo como proyecto de vida.
- No posicionar el turismo dentro del sector productivo desde lo público.
- Falta de una política pública clara que estimule la educación formal y la formación en turismo como garante en competencias ciudadanas de convivencia, identidad cultural, sentido de pertenencia.

del Ecuador

- Fondo de Promoción Turística ofrece apoyo a proyectos de capacitación del sector.
- Presencia del SENA en capacitación y formación en turismo.
- Contar con la sede de UDENAR en Ipiales.
- Creación de un aeropuerto internacional.
- Apertura para acceder a créditos y fondos financieros.
- Extensión de impuestos para inversionistas tanto para locales como foráneos.
- Capacitación al sector empresarial en formulación de proyectos.
- Ampliación oferta en programas académicos para el sector en los niveles técnico-tecnológico, profesional y pos gradual.
- Oferta académica, social, ambiental, humano y sostenible.
- Presencia del centro de formación descentralizado en turismo virtual y a distancia de la Universidad de Nariño.
- Reconocimiento y valoración identitaria del destino turístico.
- Gestión desde las comunidades locales con la participación de ONG´s y la academia.

1.5.4 FACTORGESTIÓN

Debilidades	Fortalezas
■ Falta de un plan estratégico para el posicionamiento del destino. ■ Falta de una imagen definida del atractivo turístico de Nariño en la mente de los consumidores. ■ Poca presencia en guías y material promocional a nivel internacional. ■ Poco conocimiento y difusión de las características con respecto a los atractivos. ■ Insuficiente material gráfico e impreso promocional. ■ Varias de las rutas se promueven solo a nivel institucional pero no son comercializadas por los operadores. ■ Poca difusión de la marca región. ■ Falta de empaquetamiento del destino. ■ Falta conocer el mercado turístico internacional. ■ Falta promover la imagen corporativa del sector con relación al Departamento. ■ Falta de estadísticas confiables, oportunas y pertinentes del turismo regional. ■ Débil planificación turística en el departamento.	■ El material gráfico promocional existente es de muy buena calidad. ■ Presencia en guías nacionales. ■ Posicionamiento del Carnaval de Negros y Blancos como patrimonio cultural de la Humanidad. ■ Reconocimiento internacional como destino religioso con valor arquitectónico del Santuario de Las Lajas. ■ Convenio binacional de turismo Colombo-Ecuatoriano. ■ Existencia del producto binacional "Ruta Religiosa". ■ Existencia del proyecto "Ruta Espiritual de las Américas". ■ Existencia del proyecto "La Ruta Inca" que de sur-América. ■ Existencia de marca región "Emprende Camino...Conoce Nariño". ■ Contar con recursos culturales con reconocimiento: música, gastronomía, folclor, etnocultura, artesanías, festividades, carnaval y marimba - reconocimiento patrimoniales. ■ Compromiso de las Cámaras de Comercio

■ No hay diseños de productos turísticos para desarrollar un mercadeo adecuado. ■ No se invierte en investigación de mercados y estudios de caracterización de la oferta y demanda. ■ Falta de planes de mercadeo y promoción. ■ Baja capacidad para estructurar y gestionar proyectos. ■ Falta aplicación de políticas de sostenibilidad ambiental y turística. ■ Falta de las políticas públicas para el desarrollo del sector. ■ Carencia de innovación en productos y servicios turísticos. ■ Incumplimiento de la normatividad turística por parte de los prestadores de servicios turísticos. ■ Falta de estrategias de desarrollo y promoción del destino. ■ Actualización de inventarios turísticos. ■ Falta de articulación entre el sector público y privado. ■ No se cuenta con instrumentos y conocimiento especializado para la gestión del destino. ■ Ineficiente gestión de políticos con	en la promoción del destino y la gestión turística. ■ Se cuenta en la región con profesionales capacitados para planear, diseñar, gestionar y ejecutar proyectos turísticos ■ Gestión binacional de los consulados colombo-ecuatoriano y la alianza de la Fundación Runa Kuna para la estructuración de la primera agenda turística binacional. .

relación al sector. ■ Falta reconocimiento a expresiones culturales como Inti Raymi, Koila Raymi, Kapak Raymi y Pawker Raymi. que son atractivos de alta valoración ancestral. ■ No hay una página web como vitrina de los destinos turísticos de Nariño. ■ Falta posicionar el Carnaval Multicolor de Ipiales a nivel nacional e internacional. ■ La oficina Departamental de Turismo no está adecuada ni en su estructura ni en su personal. ■ No hay una adecuada oferta de guianza turística.	

Oportunidades	■ Amenazas
■ Utilizar el reconocimiento del Carnaval de Negros y Blancos para desarrollar el turismo en el destino. ■ Creciente interés por Colombia de los mercados internacionales. ■ Interés de los mercados emisores locales por descubrir nuevos destinos. ■ La tendencia del turismo Mundial busca atractivos naturales. ■ Desarrollar la ruta de los volcanes, única en el país. ■ Interés por las rutas multidestino.	■ Los mercados potenciales subregionales buscan sol y playa. ■ Otros destinos tienen un posicionamiento más claro en la mente de los turistas. ■ Aprovecharse del turista para cobrarle mayores precios por parte de prestadores de servicios poco formales. ■ Baja competitividad en el destino. ■ El sector está altamente desorganizado. ■ Mayor exigencia de servicios de calidad distancian la oferta local.

- Las personas que llegan a Tumaco lo hacen en su mayor parte debido al turismo convencional.
- Turismo procedente del Ecuador.
- Integración de una ruta por la costa pacífica con el resto de los departamentos que forman esta integración.
- Potencial para cruceros ambientales y observación de ballenas.
- Certificación de las playas de Tumaco.
- Mega proyectos como el teleférico Las Lajas, Cañón del Juanambú, marina, malecón e iluminación en El Morro – Tumaco.
- Acceso a nuevos mercados.
- Implementación de la ruta espiritual de las Américas.
- Fortalecimiento del sector turístico a nivel Nacional.
- Proyecto binacional de turismo con el Ecuador.
- Participación en ferias y/o eventos internacionales.
- Apertura de la frontera con Ecuador las 24 horas del día.
- Implementación de la ruta turística del pueblo Pasto.

- Mayor exigencia del turismo en la relación costo beneficio.
- No actualización en la tecnología y medios de competitividad.
- Agenda política limitada de los gobernantes de turno para gestión de proyectos encaminados al sector.

■ Diversificación de destinos para que brindar nuevas alternativas a turista. ■ Inclusión en los planes de desarrollo municipales y departamental del presente plan de desarrollo turístico.	

Análisis de la información

Tras analizar los respectivos cuadrantes que conforman la matriz DOFA se puede concluir que Nariño posee un alto grado de oportunidad para desarrollar los distintos atractivos que tiene, tanto en el ámbito de naturaleza como en el de la cultura. Sin embargo, en la actualidad presenta muchas debilidades y amenazas. Las debilidades están principalmente relacionadas con la desarticulación institucional de los principales actores que intervienen en la cadena del turismo; la falta de emprendimiento y la poca formalidad y solidez de las empresas prestadoras de los distintos servicios que demanda esta noble pero compleja actividad empresarial. Se identifica, también, como debilidad lo relacionado la formación, capacitación y actualización en técnicas y disciplinas que demanda el turismo de competencia. Junto a estos factores se observa la baja concientización y empoderamiento de la cultura turística que presenta la comunidad que conforma el entorno social de los atractivos turísticos.

Se considera como amenaza la situación en que se encuentran las vías en este departamento, generan baja conectividad y caracterizan un ambiente de abandono por parte del Gobierno central, lo que determina en consecuencia, un estado poco propicio para la convocatoria del turismo. Otra realidad de este departamento es la latente amenaza de la inseguridad, determinada por el conflicto armado y el narcotráfico.

Nariño puede continuar formando su proceso para desarrollar un turismo competitivo pero requiere del compromiso de los gobernantes y los actores políticos que gestionen los recursos y la atención debida del Estado para resolver problemas estructurales de infraestructura, servicios básicos y educación pertinente,

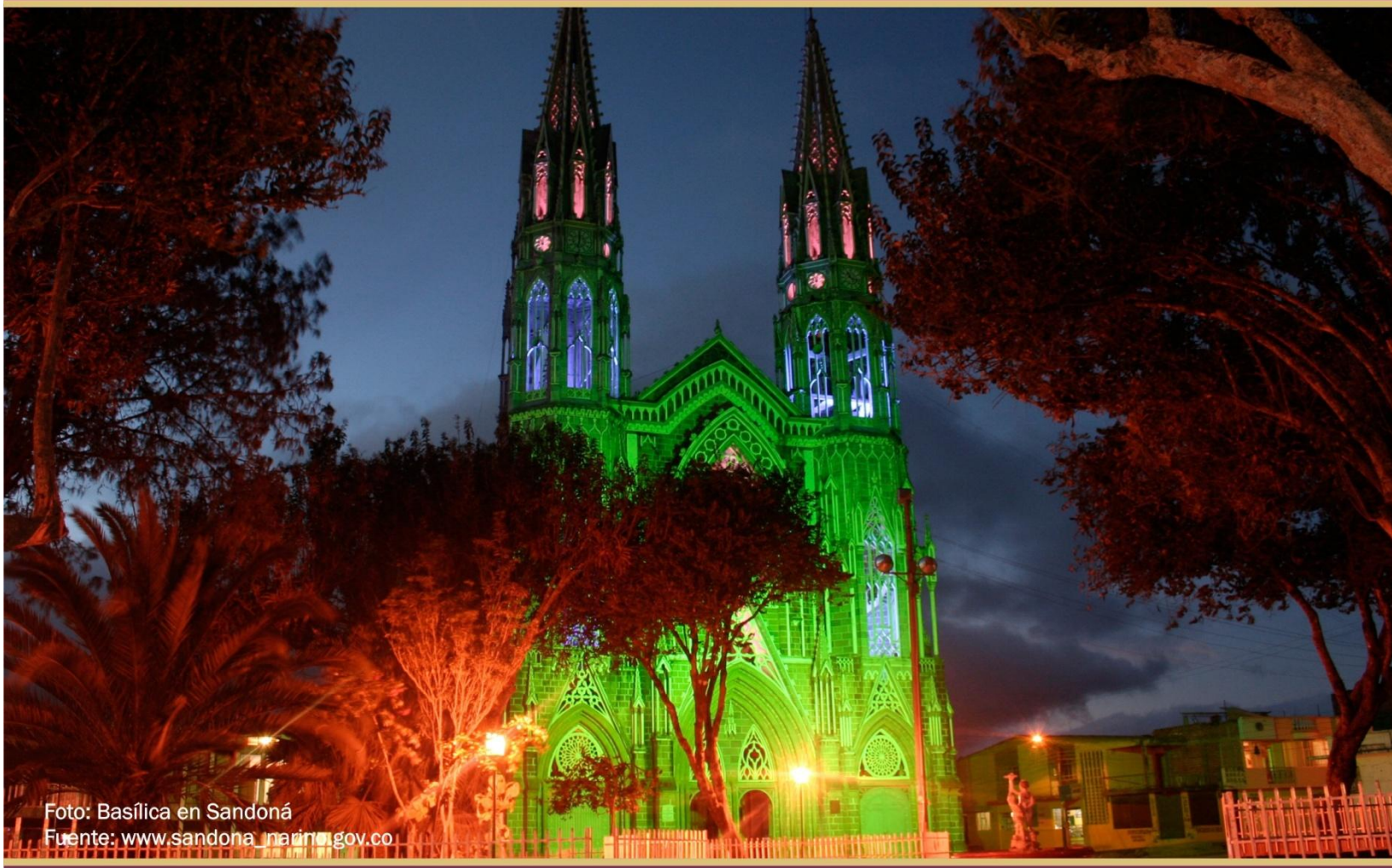


Foto: Basílica en Sandoná
Fuente: www.sandona_nariño.gov.co

Capítulo 2

Plan Estratégico

2.1 INTRODUCCIÓN

El presente Plan Estratégico tiene como sustento el análisis realizado en el Capítulo anterior y que detalla el estado en que se encuentra el sector turístico en el departamento de Nariño. El estudio de los diferentes aspectos que inciden en el desarrollo del turismo, realizado de manera conjunta por una gran diversidad de actores del mismo, dio valiosos elementos para identificar el entorno competitivo que enfrenta y construir una matriz de sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA).

A partir de dicho análisis, se trabajó igualmente de forma colectiva en el diseño de las estrategias y las líneas de acción que pueden conducir al fortalecimiento del sector y de su oferta turística. Información que se condensa en un Marco Lógico, instrumento que resume claramente los diferentes programas, proyectos y subproyectos que pueden conducir al cumplimiento de los objetivos, como también señala de manera explícita las actividades necesarias llevar a cabo para alcanzarlos.

2.2 OBJETIVOS DEL PLAN

2.2.1 Objetivo General

Posicionar a Nariño como 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.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer y dotar con infraestructura y equipamiento los sitios de interés para ofrecer al mercado productos atractivos y pertinentes que atraigan y motiven al turista a desplazarse, permanecer por más tiempo y volver a Nariño.

- Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la experiencia turística integral en Nariño mediante la conformación de un variado y competitivo portafolio de productos.

- Fortalecer la estructura productiva, empresarial, gerencial y cultural de los prestadores de servicios turísticos en Nariño para desarrollar en ellos habilidades que contribuyan a la competitividad de las empresas y a la consolidación del sector.

- Implementar una dirección coherente, eficiente y estratégica de la política pública de turismo que incluye una gran estrategia de promoción y mercadeo y la articulación y coordinación del sector público y privado en Nariño.

2.3 VISIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO

En el 2015 Nariño será un destino reconocido por la calidad y organización de sus productos turísticos diferenciados en cultura - fiestas, religioso y artesanía- y naturaleza - volcanes, recreación y aventura-, que conmoverán a los turistas por la belleza de sus atractivos y la particularidad de sus expresiones culturales.

Los productos serán altamente competitivos y se habrán logrado posicionar en mercados nacionales e internacionales, debido a la acertada gestión de mercadeo en la que participarán importantes agencias mayoristas. Los turistas tendrán grata recordación de su paso por Nariño, gracias a la cultura turística que se habrá empoderado en la región, y serán atendidos con eficiencia y calidez.

Se habrá logrado articular a los actores del sector tras un objetivo común y se contará con el compromiso del sector público departamental, lo que permitirá establecer una agenda permanente que para entonces presentará resultados en la dotación de infraestructura requerida, mejoramiento en la seguridad y habrá logrado implementar las políticas públicas que requiere el sector, las que permitirán la participación activa de la comunidad sensibilizada en la cultura turística, que verá en el turismo una fuente de ingresos y un propiciador de oportunidades económicas para la región.

Se tendrán la ética, la identidad cultural y la convivencia con el medio ambiente como valores fundamentales de la actividad turística en procura de un desarrollo sostenible que será reconocido a nivel nacional.

El recurso humano estará formado profesionalmente y acreditado en competencias laborales que responderán a las necesidades que demanda el sector, y se habrá avanzado significativamente en la formación bilingüe. Las empresas prestadoras de servicios turísticos se habrán formalizado, contarán con el registro nacional de turismo y habrán iniciado procesos de certificación con base en las normas técnicas sectoriales, tendrán acceso a una plataforma tecnológica que les permitirá investigar, innovar y desarrollar productos turísticos altamente competitivos, que les facilitará promocionar y atender con eficacia el destino Nariño.

2.4 ESTRATEGIAS DEL PLAN

Para alcanzar el objetivo previsto en la visión turística de Nariño se han identificado las diferentes estrategias que es preciso implementar en el departamento para superar las debilidades identificadas en el diagnóstico previo y que deberán impactar sobre cada uno de los factores que afectan de manera determinante la competitividad del sector turístico y que de acuerdo con la concepción de Crouch & Ritchie son: soporte, atracción, producción y gestión, que en general se refieren a la infraestructura que soporta el sector, los atractivos del lugar, el empresariado vinculado al turismo y la promoción del destino.

A continuación se describen las estrategias propuestas, las cuales se presentan señalando en primera instancia los programas, que agrupan una serie de proyectos, desglosados para facilitar la ejecución en diversos subproyectos que de manera puntual solucionan las situaciones problemáticas identificadas.

2.4.1 EJE ESTRATÉGICO: FACTOR ATRACCIÓN

PROGRAMA: NARIÑO CONTRASTE DE VERDES SOBRE LOS ANDES

Los departamentos de Colombia le apuestan a promocionar espacios verdes sin mayores elementos diferenciadores en su oferta. Por otra parte intentan crear y promocionar eventos que atraigan visitantes por lo menos un fin de semana en el año. Nariño cuenta con elementos que lo hacen diferente en su propuesta verde demás de tener uno de los eventos con mayor renombre del país.

El programa "Nariño Cultura del Fuego" busca el desarrollo e impulso de propuestas novedosas. De esta forma intenta remarcar la importancia de su Océano Pacífico; exaltar su cercanía a la cultura indígena y andina; fortalecer y promocionar internacionalmente su carnaval; crear productos con base a sus valiosas artesanías y aprovechar sus riquezas culturales y religiosas.

La visión de Nariño, producto de su vocación turística, y en conjunto con las otras fortalezas identificadas en el diagnóstico, pretende ser cristalizada a través de diferentes estrategias que pongan en valor sus posibilidades y posicionen el departamento. Con base en lo anterior, las estrategias planteadas, son:

PROYECTO: PARA VIVIR LA NATURALEZA

Tal y como lo menciona su vocación, el turismo de naturaleza con base en los volcanes y las lagunas es el elemento diferenciador de Nariño respecto a la oferta "verde" del resto del país. Son productos con mercados objetivos que van de los aventureros, pasando por los científicos y los naturalistas, hasta los estudiantes y las familias. Cuentan además con alto potencial a nivel internacional, pero al momento no han sabido explotarse con eficacia por presentar deficiencias en temas de infraestructura, promoción y seguridad.

Este proyecto busca entonces su visualización y posicionamiento a través del mejoramiento y consolidación de las propuestas ya existentes, así como de la presentación de nuevas alternativas.

Subproyecto: Diseño del producto de naturaleza alrededor del volcán Galeras.

El volcán Galeras es el símbolo de la ciudad de Pasto, su majestuosidad puede ser observada y disfrutada por una vía circunvalar que atraviesa varios municipios con interesantes atractivos, pero que se encuentran en la actualidad en mal estado de conservación y señalización.

El subproyecto persigue entonces la recuperación y conservación de esta ruta mediante el mejoramiento y adecuación de estos atractivos, sobre todo de aquellos que tuvieron que ver con la gesta libertadora. Por otro lado propone el mejoramiento y la señalización de la vía y la implementación de servicios de soporte como puntos de

información, restaurantes y estaciones de servicio que hagan más breve y placentero el desplazamiento. Adicionalmente se deberá crear un producto de ascenso al mismo. Será preponderante la participación de la comunidad y las autoridades locales para que, actuando como un solo equipo, ofrezcan una cálida experiencia al visitante.

El subproyecto tendrá como meta la realización de un estudio con propuestas de mejora, su implementación y seguimiento.

Subproyecto: Diseño de la "Ruta de los Volcanes y las Lagunas", integrando las lagunas de La Bolsa, Laguna Verde, Telpis y Laguna Negra y los volcanes Cumbal, Azufral y Chiles.

A casi una hora desde Pasto es posible encontrar los volcanes de Chiles, Cumbal y Azufral, acompañados todos de hermosas lagunas, propias para la contemplación, el descanso y la práctica de todo tipo de deportes de aventura; pero con baja afluencia de visitantes debido a anteriores incursiones de grupos armados en la zona y a la escasa oferta de servicios de alojamiento y de paquetes turísticos.

Este subproyecto busca entonces devolverle a la ruta el impulso que alguna vez tuvo, mediante el diseño de un programa de reestructuración. Inicialmente se debería integrar las comunidades involucradas, su cultura y los actores sociales al nuevo programa. Después vendría la construcción y/o adecuación de infraestructura para servicios turísticos de hospedaje, alimentación e información para el viajero, así como la recuperación de la infraestructura y el mobiliario para el turismo en las lagunas de La Bolsa, Laguna Verde, Telpis y Laguna Negra. Finalmente, habría que realizar la consecución de recursos para adelantar las obras y ejecutar el plan de mejoramiento.

Por otra parte, es necesario que los operadores turísticos cuenten con las comunidades indígenas para acceder a lugares como las lagunas del Azufral, ya que ésta y otras más pequeñas se encuentran en territorios gobernados por los resguardos o cabildos y además, tienen para ellos un carácter sagrado, por lo que es necesario establecer acuerdos de uso o visita con la Autoridad Indígena respectiva. En el caso de las lagunas Negra, La Mejía yTelpis, ubicadas en el SFF del Volcán Galeras, debe contarse con los permisos de Parques Nacionales de Colombia.

Fuente: AB UT Turismo Huitonava, 2012 y C. Aquiles Gutiérrez

La meta del proyecto será el diseño de una ruta para los volcanes y las lagunas.

Subproyecto: Diseño de un producto de turismo científico que involucre además de los volcanes, los sistemas locales, áreas protegidas, reservas privadas y los parques nacionales del departamento.

Este subproyecto busca la realización de un estudio de mercadeo que proponga el diseño de un producto que integre las rutas de los volcanes, las lagunas, los sistemas locales, las áreas protegidas, las reservadas privadas y los parque nacionales del departamento; pero dándole una perspectiva más naturalista que atraiga un nicho conformado por científicos e investigadores preferiblemente extranjeros.

El carácter del Galeras como volcán activo es un espacio perfecto para la realización de proyectos de investigación en zoología, vulcanología, biología o geología que está llamado a ser mejor aprovechado.

Las etapas para el desarrollo de este producto serían: Inicialmente se realizaría la identificación y valoración de las áreas protegidas del departamento, incluyendo las reservas de la sociedad civil. Para posteriormente identificar y evaluar los servicios y atractivos que se integrarán al producto. Se deberán establecer luego las capacidades de carga así como las necesidades de infraestructura requerida para poner en valor los atractivos identificados. Finalmente se elaboraría un plan de mejoramiento y se gestionarían los recursos para la realización del proyecto.

Por otra parte resultaría vital la construcción y dotación de un centro de investigación ambiental y vulcanológico.

El subproyecto tendrá validez una vez se demuestre la creación e implementación de un producto de turismo científico.

PROYECTO: NARIÑO: POR LA RUTA DE LA HISTORIA, EL AGUA Y EL CAFÉ.

Los sistemas montañosos que surcan el departamento de Nariño son origen de fuentes de agua, además de espacios propicios para el cultivo de café. Fueron también alguna vez pasos de ejércitos libertadores en camino desde Quito hacia Santafé de Bogotá.

En la actualidad tienen lugar acá emprendimientos particulares, que son sin duda los que impulsan decisiones estratégicas a nivel regional y los que motivan el surgimiento de nuevas y originales propuestas. Este proyecto busca consecuentemente su impulso y promoción.

Subproyecto: Diseño de una ruta agroturística.

El centro recreacional San Pablo es una apuesta particular dedicada a la enseñanza y vivencia de la cultura del café. El proyecto agro turístico exhibe diferentes clases de cultivos, animales, hospedaje, alimentación y recreación en solo espacio.

Este proyecto particular es digno de ser emulado a nivel nacional gracias a la impecable presentación de su oferta, organización y calidad de su infraestructura y sobre todo a la amabilidad y entrega de sus gestores.

El subproyecto propone el apoyo de este tipo de proyectos agroturísticos mediante la consolidación del siguiente plan de acción: En primera medida habría que entrar a identificar las fincas cafeteras dispuestas a integrarse a la ruta en La Unión y San Pablo. Luego se evaluarían los servicios y actividades que ofrecen para poder elaborar un programa de mejoramiento de servicios e infraestructura para las fincas evaluadas. Finalmente se fortalecería el centro recreacional temático agroambiental de San Pablo como motor de la ruta.

Subproyecto: Consolidación del producto eco turístico "Cañón del Juanambú".

El Cañón del Juanambú es un espacio natural de gran belleza llamado a convertirse en sitio de descanso de los nariñenses gracias a la cercanía con Pasto y a su excelente vía de acceso.

Se hace importante su consolidación mediante la adecuación de infraestructura de hospedaje y alimentación, y la implementación de una oferta de actividades acorde a los rápidos de su río y a sus imponentes montañas.

Sería también sustancial el apoyo a emprendimientos particulares que emulando lo sucedido en la Laguna de la Cocha, valoricen y fomenten la economía de la región.

El subproyecto será cuantificable a través de la realización de un producto eco turístico consolidado.

Subproyecto: Estructuración del producto en Tajumbina.

Este es otro emprendimiento que merece ser apoyado y promocionado gracias al esfuerzo mancomunado de toda una población que busca a través del desarrollo de un proyecto ambiental, mejorar la calidad de vida de toda la comunidad.

Este subproyecto propondría entonces el apoyo para la culminación de la segunda fase del programa mediante el seguimiento del siguiente plan de acción: Inicialmente se realizaría la evaluación de las actividades y servicios que se ofrecen en los termales, en la cascada y el museo, definiendo la capacidad de carga en las zonas en las que se prestan los servicios, así como los requerimientos de infraestructura necesaria, para finalmente incorporar los prestadores de servicios al programa de fortalecimiento empresarial.

PROYECTO: NARIÑO BIO DIVERSO.

La importante biodiversidad nariñense ha estado permanentemente desligada de planes y programas turísticos. Es por esto que este proyecto persigue su consolidación y visualización a través de la determinación de actividades a ser realizadas en estos espacios naturales pero persiguiendo siempre su sostenibilidad.

Subproyecto: Estructuración de un producto ecoturístico en los parques nacionales del departamento,

La primera etapa para el desarrollo de este sub proyecto sería el diseño de servicios y actividades a ser implementadas en los parques de acuerdo con los requerimientos de la Unidad de Parques Nacionales; posteriormente se presentarían las propuestas para finalmente, y de acuerdo con el dictamen y las recomendaciones, adecuar la infraestructura necesaria.

Subproyecto: Estructuración del producto de avistamiento de aves en las zonas cafeteras del norte y occidente del departamento.

La realización de un producto de observación de aves atraería una buena masa de viajeros extranjeros actualmente interesados en "cazar" con sus cámaras especies endémicas propias de diferentes lugares del planeta.

El subproyecto propone la creación de un producto turístico enfatizado en esta temática, previo desarrollo de las siguientes etapas: Inicialmente se llevaría a cabo una caracterización de las aves. Posteriormente se elaboraría una guía de observación para las áreas priorizadas y se estructuraría un programa de formación para guías bilingües especializados, para finalmente realizar las adecuaciones respectivas de infraestructura básica en los lugares seleccionados.

Desde lo ambiental, estructurar un producto de avistamiento de aves para la región cafetera y occidente de Nariño, coadyuva con los programas de conservación y uso sostenible de la biodiversidad en paisajes productivos de café a fin de contribuir al sustento de las poblaciones locales y a su acceso a los beneficios ambientales globales, acordado por PNUD y del GEF con la Federación Nacional de Cafeteros, en 2010 – 2015.

Otros importantes proyectos de la Federación son el de Familias Guardabosques y el Censo Participativo de las Aves para la conservación de la biodiversidad de las zonas cafeteras. Estos integran la familia y trabajan con los menores desde los primeros niveles de escolaridad para incentivar en ellos la conservación de los paisajes rurales.

Fuente: A: UT Turismo Huitonava, 2012. B.Carlos Alberto Obando (http://www.panoramio.com/photo) C. http://informativodelguaico.blogspot.com

Debido a su ubicación, la zona cafetera de Nariño presenta diferentes topoclimas y microclimas que le confieren unas condiciones particulares adecuadas para el cultivo del café en cuanto a disponibilidad de agua, temperatura, radiación solar y régimen de vientos. En primer lugar es necesario destacar que las agrestes montañas y pendientes permiten que, en una distancia relativamente corta, se presenten temperaturas diferentes durante el día. En otras zonas de Colombia y de otros países sería imposible producir café a tan gran altura, pero las condiciones topográficas de esta región lo permiten. Los vientos cálidos y húmedos provenientes del fondo de los valles ascienden en la noche, permitiendo producir café a alturas que alcanzan hasta los 2,300 metros sobre el nivel del mar. Esto trae consigo que la biodiversidad, sobre todo en aves, sea muy variada y diferente a otras regiones de Colombia.

Para el fortalecimiento del producto de avistamiento de aves, es necesario articular el programa con los programas de bosques y fauna y educación ambiental de CORPONARIÑO y crear grupos comunitarios de observadores de aves (birdwatchers), quienes podrán adherir a las actividades de naturaleza que se diseñen y realicen en las regiones priorizadas del departamento, coadyuvando con las estrategias de conservación de la avifauna, patrimonio de Nariño.

PROGRAMA: NARIÑO: UNA CULTURA CON IDENTIDAD PARA MOSTRAR Y COMPARTIR

Estructuración de un producto turístico cultural con base en los carnavales y las culturas indígenas y campesinas.

El carnaval es el principal evento cultural del sur occidente de Colombia y uno de los más importantes del país con alto reconocimiento incluso a nivel internacional. El

departamento de Nariño posee rasgos culturales y geográficos que lo acercan a la cultura andina que comparte con Ecuador, Perú, Bolivia y Chile, siendo todos alguna vez parte del Imperio Inca.

Esta característica única debe ser explotada con la realización de encuentros y eventos de tipo cultural-étnico que acerquen al turista a antiguos rituales y formas ancestrales de percibir el mundo, tan en boga en la actualidad gracias a las profecías Maya y a los movimientos de la nueva era.

Subproyecto: Carnavales que perduran durante todo el año

Este subproyecto propone que el carnaval, a través de una figura de franquicia cultural, sea promovido como la principal actividad de su tipo para todo el sur-occidente del país. Esta estrategia lo haría más visible, con mayor alcance y permitiría su difusión y disfrute en otras partes de la geografía colombiana.

Se propone entonces la contratación de una agencia de relaciones públicas que diseñe un plan de comunicaciones para promocionar el carnaval en el suroccidente del país e incluso en Ecuador, como franquicia cultural, y como evento, en diferentes lugares del mundo. Por otra parte deberá buscar el fortalecimiento y puesta en valor de otros carnavales diferentes al de Negros y Blancos como: el Multicolor de la Frontera en Ipiales; el del Fuego en Tumaco; y el Rojo en Buesaco. La agencia deberá diseñar también un mix de nuevas actividades alrededor de los Carnavales, proponiendo también alternativas que permita la realización de eventos durante todo el año.

Sería interesante por otra parte, que las imponentes figuras que realizan los artesanos para los desfiles, se realizaran a nivel micro, para ser comercializadas como suvenires entre el público extranjero.

Se plantea entonces como meta para evaluar el subproyecto la realización de un estudio de mercados con implementación y seguimiento.

Subproyecto: Diseño de un producto turístico con base en las culturas indígenas y campesinas (salud y saberes ancestrales, gastronomía, danzas, chamanismo)

Los movimientos de la nueva era y el creciente interés de occidente en las antiguas culturas son razones para explotar comercialmente el conocimiento y la cultura de los grupos indígenas que habitan el departamento.

Este subproyecto va entonces enfocado en la creación de un producto que le permita al viajero tener contacto con la gastronomía, las danzas, la música y el chamanismo que se hacen presentes en las culturas indígenas y campesinas de Nariño.

Con el objetivo de desarrollar este producto se propone realizar la identificación de los saberes ancestrales de las comunidades indígenas y campesinas, así como una investigación sobre su origen y tradición. Posteriormente se identificarían las comunidades dispuestas a compartir sus saberes ancestrales con los turistas, para poder elaborar guiones sobre los saberes ancestrales con base en la investigación adelantada.

Se evaluarían luego los servicios prestados por dichas comunidades, con el fin de proponer nuevas y mejoradas propuestas.

Finalmente se gestionarían los recursos para implementar los servicios inexistentes y requeridos en las comunidades.

PROYECTO: ESTRUCTURACIÓN DE UN PRODUCTO GASTRONÓMICO.

La gastronomía del departamento de Nariño es rica en propuestas que van desde los amasijos a los hervidos, el ají al pusandao, el cuy y los postres. Pero esta cultura gastronómica ha pasado con bajo perfil en la oferta nacional, al contrario de lo sucedido con la del Valle, Santander, Antioquia o Boyacá. Este proyecto propone por lo tanto su visualización e impulso a través de una ruta de “Los Andes al Pacífico”.

Subproyecto: Diseño de una ruta gastronómica "De los Andes al Pacífico"

La gastronomía del departamento, muy ligada también a la cultura andina y a su situación geográfica, es digna de resaltarse y promocionarse masivamente a nivel

nacional. Por lo que el subproyecto propone la creación de una ruta que permita apreciar las propuestas que se generan de las montañas a la playa.

Se comenzaría entonces por identificar los exponentes gastronómicos más representativos del departamento, para posteriormente capacitarlos en calidad, BPM y servicio. Sería interesante apoyar este proceso con la realización de una investigación y valoración ancestral de la gastronomía, además de la creación de una Academia Gastronómica Nariñense. Finalmente se diseñaría, promocionaría y se lanzaría la ruta.

PROYECTO: MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO DE TURISMO RELIGIOSO CON ALCANCE INTERNACIONAL

Nariño ha sido tradicionalmente un departamento con importante tradición religiosa, llegándose a mencionar inclusive a Pasto como "Ciudad Teológica de Colombia". Dichos rasgos se ven representados en importantes complejos de iglesias, catedrales y museos de corte colonial con invaluable pasado histórico. Por otra parte, Ipiales es uno de los destinos de adoración más importantes del país con potencial para ser proyectado a nivel internacional, por lo que este sub proyecto busca la visualización y el aprovechamiento de estas riquezas culturales.

Subproyecto: Impulso de la ruta religiosa con valoración en la fe, la arquitectura, el arte y la historia.

San Juan de Pasto cuenta con importantes complejos de iglesias y templos que fueron testigos de la importancia de la ciudad durante las gestas libertadoras. Dichos templos se encuentran en buenas condiciones estructurales pero carecen de señalización, adecuación de exteriores y guiones para el turista; por lo que el proyecto propone el diseño de una ruta religiosa por la ciudad.

Con el fin de consolidar esta ruta, inicialmente habría que realizar una evaluación del estado actual de los monumentos. Con base en estos resultados se establecería un programa de adecuación y señalización para estos. Finalmente se diseñaría un guion de tipo histórico-místico que permita al turista valorar la trascendencia de los complejos.

Por otro lado se podría impulsar la creación de un mercado artesanal religioso inexistente al momento o por lo menos poco visualizado, además de una integración de esta ruta con la gastronómica, la de artesanías y/o la de los museos.

Subproyecto: Consolidación internacional de Ipiales como del destino religioso.

El complejo religioso de Ipiales, por su trascendencia mística, localización geográfica y diseño arquitectónico, está llamado a convertirse en referente regional en temas de turismo religioso.

Este subproyecto persigue entonces su visualización a nivel internacional, previas reformas internas como son el tema de la infraestructura hotelera, la construcción de un teleférico y el mejoramiento de la logística en temporadas altas. Por la parte comercial, lo primero sería buscar o crear rutas internacionales que promocionen destinos religiosos; para posteriormente diseñar paquetes de acuerdo a los nuevos mercados, y finalmente negociar y ofrecer estos paquetes a mayoristas nacionales e internacionales con énfasis en Ecuador.

Una última tárea iría encaminada en la creación de festividades o encuentros programados en fechas diferentes a las de máxima afluencia de fieles (septiembre y diciembre), con el fin de generar nuevos "puntos altos" de visitantes en épocas diferentes del año.

La meta medible con la que se evaluaría el resultado de estos sub proyectos, será la realización de un estudio de mercados para cada destino.

PROYECTO: ARTESANÍAS PARA EL MUNDO

La influencia indígena y la tradición rural del departamento han hecho que Nariño se afiance y especialice en la producción y comercialización de artesanías de calidad. Este proyecto busca brindarle apoyo y reconocimiento a estos emprendedores e intenta promocionar sus creaciones fuera de las fronteras del departamento y del país.

Las artesanías por lo tanto están llamadas a convertirse en producto de exportación y atractivo turístico de Nariño, en todo lo que tenga que ver con sus métodos atávicos de creación y producción.

Subproyecto: Diseño de un producto turístico cultural con base en las artesanías.

Métodos como el "Barniz de Pasto" o los "Sombreros de Sandoná" por nombrar sólo algunos casos, son resultado de una herencia de saberes artísticos que merecen ser conocidos y vividos por el país entero.

En esta vía, este subproyecto va enfocado en la creación de un producto turístico de corte vivencial que permita al visitante "adentrarse" en la experiencia de concebir y producir artesanías de factura única en el mundo.

La primera tárea para la definición de este producto sería entonces identificar y contactar a los actores interesados. Posteriormente se definirían los guiones de corte técnico y artístico en mínimo dos idiomas que se le contarán al viajero. Así mismo es importante definir las actividades que podrán llevar a cabo los turistas durante sus visitas a los talleres artesanales; igualmente establecer un nombre y una marca para el producto, teniendo siempre en mente el objetivo de comercializar las artesanías.

A pesar del reconocimiento y la calidad de las artesanías del departamento, sus puntos de venta y exhibición se encuentran desligados el uno del otro. Por lo que este subproyecto buscaría también la creación de una ruta que los visualice y promocione conjuntamente.

El primer paso propuesto para el diseño de esta ruta sería determinar los actores que se van a incluir, inicialmente se pensaría en Bomboná, Barniz de Pasto y Artesanías de Colombia, aunque otras propuestas pueden ser bienvenidas. Se definirían posteriormente guiones de tipo técnico-artístico para ser contados a los visitantes durante la ruta. Y finalmente, se le definiría a la ruta un nombre de marca, unas actividades, unos tiempos y especialmente unas estrategias de venta, tanto de artesanías como del producto turístico mismo.

La meta tangible de este subproyecto será la creación e implementación de un producto turístico diseñado.

PROYECTO: NARIÑO PLURIÉTNICO.

Subproyecto: Acompañamiento al Resguardo del Gran Cumbal para el diseño de un producto de naturaleza sostenible.

Con el objeto de apoyar el desarrollo económico y social de las comunidades indígenas que habitan y preservan al Resguardo del Gran Cumbal, este subproyecto realizará en primera instancia una caracterización de la fauna y flora del área de influencia del resguardo. Posteriormente se realizaría el reconocimiento de los senderos y un estudio de la capacidad de carga para apoyar labores de piscicultura y tránsito turístico de lanchas por la laguna de La Bolsa. Finalmente se propondría un nombre y se empaquetaría y comercializaría el producto.

La meta de este subproyecto será la consolidación de un producto turístico de carácter sostenible.

Subproyecto: Acompañamiento a la Asociación de Cabildos y Autoridades Tradicionales del Nudo de Los Pastos en un proyecto de Etnoturismo.

Actualmente, la Asociación de Cabildos y Autoridades Tradicionales del Nudo de Los Pastos -SHAQUIÑAN (El Camino de los Espíritus), entidad política, administrativa, jurisdiccional, académica, cultural y de desarrollo de los Pueblos Indígenas, cuya área geográfica de acción es la región binacional andina del Nudo de Huaca o de los Pastos en Colombia y Ecuador, Región Panamazónica y Pueblos Indígenas y grupos sociales de Colombia y la relación con pueblos de América Latina y del mundo, se encuentra en la fase de la "Conformación de plan turístico del pueblo de Los Pastos", como continuidad del Proyecto Kuripamba Pba- innovación desarrollo tecnológico y aplicación del conocimiento andino para la promoción de la agricultura sostenible en cinco resguardos indígenas del pueblo pasto, en el departamento de Nariño. Los resguardos vinculados en este proyecto son: Chiles, Panán, Cumbal, Muellamuez, Aldea de María, Males Córdoba y Guachavé, municipios de Córdoba, Chiles, Cumbal, Santacruz, Contadero y Guachucal.

Por ello, se propone la Identificación de las actividades de naturaleza que pueden integrarse al proyecto y la caracterización de los recursos naturales que se vincularán al producto de etnoturismo.

Fuente: A y B: UT Turismo Huitonava, 2012 y C (http://www.shaquinan.org)

Por otra parte, la Asociación Shaquiñán terminó una primera fase de organización de pueblos, apoyada por OVOP…Camino al Progreso, movimiento liderado por JICA, Japón "Una Villa, Un Producto".

La propuesta de etnoturismo incluirá, además de los atractivos de la naturaleza, el conocimiento de plantas medicinales, prácticas agrícolas y gastronomía del Nudo de los Pastos, integradas en otros subproyectos propuestos en este plan.

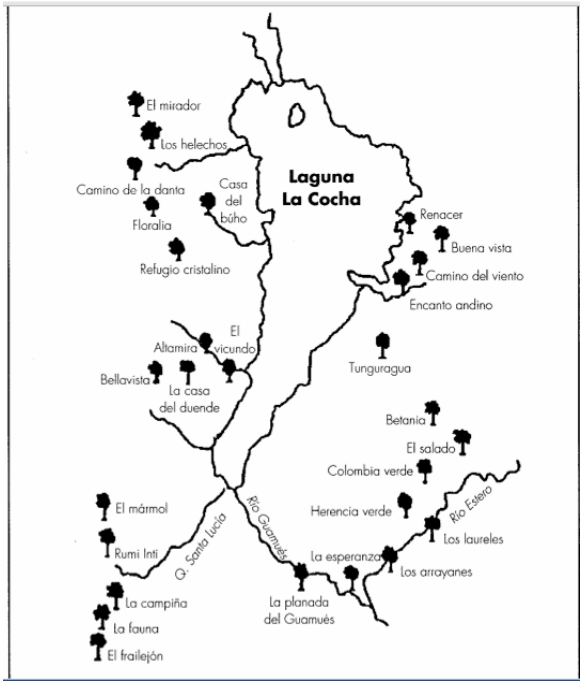
PROGRAMA: PASTO ATRACTIVO Y DIVERSO

PROYECTO: PASTO SE RESERVA

Subproyecto: Diseño de un producto turístico en torno a las reservas de la sociedad civil de La Cocha.

La laguna de La Cocha (quechua: qutra, «laguna»), también llamada lago Guamués, es un gran embalse natural de origen glacial, situado en el corregimiento El Encano del municipio de Pasto. Es el segundo cuerpo de agua natural más grande del país, después de la laguna de Tota. En el año 2000 y mediante el decreto 698 del 18 de abril, Colombia inscribió a la laguna de La Cocha como humedal de importancia internacional dentro del convenio Ramsar siendo el primero con esta calificación en la zona andina. El Convenio Ramsar se ocupa de los humedales de importancia internacional especialmente como hábitat de aves acuáticas. Además de su importancia aviar, también la tiene por cumplir funciones reguladoras del almacenamiento de agua y encontrarse en el área de los páramos azonales o páramos más bajos del mundo.

La creación de las reservas de la sociedad civil se orientó primero hacia los bosques, pero posteriormente se extendió a otros ecosistemas de la laguna, como los páramos y humedales. Posteriormente vincularon la parte productiva y así la producción pasó a ser entendida como una parte de la conservación, en la que se incluí también el suelo. Luego incluyeron los recursos genéticos para recuperar y conservar productos que ya difícilmente se identificaban o encontraban en la región. Actualmente hay dos grupos principales de reservas, las de los campesinos y la del grupo étnico Quillacinga, liderado por el Cabildo Mayor.



Fuente: http://www.cepes.org.pe

La propuesta está orientada a la integración de todas las reservas de la laguna, cuyo número pasa de 40 actualmente. En el diagrama se esquematizan algunas de las reservas campesinas de La Cocha.

El proyecto incluye, entre otras actividades, las siguientes: identificación de las reservas de la sociedad civil dispuestas a articularse a una oferta turística de La Cocha; evaluación de los servicios e infraestructura de las reservas vinculadas a la oferta; definición de capacidades de carga de las reservas vinculadas al producto; estructuración de un plan de mejoramiento de la infraestructura y los servicios de las reservas; definición de las actividades a realizar en las reservas y caracterización ambiental de las reservas. Estas actividades se deberán complementar con la elaboración de guiones interpretativos de la biodiversidad de las reservas de acuerdo con la caracterización realizada y la inclusión de los campesinos en el programa de fortalecimiento empresarial propuesto en el presente plan.

PROYECTO: PASTO CIUDAD DE EVENTOS

Repetidamente se ha destacado la importancia cultural y religiosa que posee la ciudad de Pasto, pero teniendo en cuenta la amenaza que representa la competencia nacional y la oportunidad presente por su cercanía al Ecuador, obliga a replantear esta estrategia y pensar en el aprovechamiento de riquezas alternas como pueden ser La Cocha, los pueblos aledaños y la realización de eventos.

Subproyecto: Pasto atractivo para eventos

El sector MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones) se vislumbra como una de las nuevas y más rentables tendencias del turismo mundial. Ya es claro cómo ciudades como Vancouver, Estocolmo, Melbourne o Madrid por nombrar solo algunas, le apuestan en infraestructura y logística a esta actividad. En el caso colombiano la lista la encabezan Bogotá, Cartagena, Medellín y recientemente Cali.

La oportunidad que se le presenta a la capital del departamento como ciudad fronteriza con uno de nuestros principales socios comerciales en la región, obliga a pensar en la posibilidad de ofrecer internacionalmente a Pasto como capital de eventos, por lo que se adelantaría la gestión para el diseño y financiamiento del Centro Internacional de Eventos y Convenciones del sur del país.

Se propone para tal fin el siguiente plan de trabajo: Inicialmente se elaboraría un inventario de los salones para eventos en la ciudad de Pasto, así como una evaluación de la tecnología y demás servicios disponibles en estos. Posteriormente se identificarían y evaluarían los servicios complementarios a los eventos existentes con el fin de elaborar un programa de mejoramiento. Finalmente, elaborar un estudio de factibilidad para la construcción y operación de un centro de convenciones.

La meta tangible estaría representada por un estudio de factibilidad para el proyecto.

PROGRAMA: NARIÑO ES PACÍFICO.

PROYECTO: EL PACÍFICO NARIÑENSE TE ABRAZA

Tumaco y Sanquianga conjugan todo para la creación de un producto de sol y playa de calidad alterno a los tradicionales en el país: buen clima, infraestructura hotelera, manglares, buena gastronomía, playas y amabilidad del anfitrión. Pero la complejidad del desplazamiento y recientes incursiones terroristas han menguado considerablemente el flujo de viajeros.

Este proyecto propone entonces la visualización del destino a través del apoyo a emprendimientos particulares, el desarrollo de actividades y un mayor énfasis en actividades promocionales.

Subproyecto: Fortalecimiento del producto de sol y playa del Pacífico nariñense.

Fuente: UT Turismo Huitonava, 2012.

Al igual que como sucede en el Pacífico vallecaucano, el impulso que puedan tener estas regiones se debe al trabajo y la apuesta de empresarios particulares. Es por esto que este subproyecto propone el acompañamiento y apoyo a estos emprendedores a través del desarrollo de programas a la medida enfocados en temas de bilingüismo, calidad en alimentación, mercadeo y ventas, gerencia y financiamiento para sus emprendimientos.

Con el fin de consolidar este subproyecto se propone la realización del siguiente plan de trabajo: evaluación inicial de los prestadores de servicios turísticos presentes en la

oferta actual del municipio con base en las normas técnicas sectoriales, para posteriormente poder establecer un plan de mejoramiento.

Por otra parte, habrá que realizar una evaluación de las playas y de la oferta de naturaleza presente en Tumaco, así como definir sus capacidades de carga. Por último, realizar un estudio de factibilidad para la construcción de una marina turística en El Morro.

Es importante que todos los procesos se realicen con base en la aplicación de los criterios de sostenibilidad de la norma técnica sectorial de playas.

Fuente: UT Turismo Huitonava, 2012.

La meta para evaluar el avance del proyecto será la creación de un producto de sol y playa fortalecido.

En lo ambiental, el potencial de las playas de Tumaco no se está utilizando ni promocionando en su cien por ciento. Son desconocidas, no tienen infraestructura básica y por el contrario se están convirtiendo en un depósito de residuos sólidos que alteran la dinámica ecosistémica.

Fuente: Unión Temporal Huitonava, 2012.

Las playas no solo tienen un potencial para recibir bañistas sino para realización de eventos deportivos, fotografía, avistamiento de aves y recreación pasiva actividades que propiciarán el mejoramiento de las actividades comerciales e ingresos para mucha población desempleada.

Fuente: UT Turismo Huitonava, 2012.

Fuente: UT Turismo Huitonava, 2012.

Fuente: UT Turismo Huitonava, 2012.

Se deben identificar aquellas que pueden ponerse al servicio del turista, evaluar ambientalmente, definir las actividades que puedan ejecutarse y realizar los estudios de capacidad de carga pertinentes para saber qué número de personas pueden contener sin afectar su estructura o pervivencia de pequeños animales que las habitan.

Subproyecto: Fortalecimiento del producto de avistamiento de ballenas.

Cada año cientos de ballenas jorobadas recorren más 8.500 kilómetros para llegar por las épocas de julio y permanecer hasta octubre en el Pacífico colombiano: huyendo de esta forma del frío del polo sur. En estos mares parirán sus crías mientras los machos aprovechan para cortejar a las hembras.

Este espectáculo puede ser visto a varios kilómetros de distancia, y es seguro siempre y cuando se sepa mantener una distancia prudencial desde las embarcaciones. Al salir del agua las ballenas expulsan chorros de vapor que pueden ser vistos a gran distancia. Cuando se esconcen en el agua, encorvan su dorso lentamente dejando ver su enorme cola.

Este hermoso espectáculo es una experiencia única en el mundo, está destinado para toda la familia y su periodo coincide con el verano de buena parte del mundo y la época de vacaciones en Colombia. Pero luego del diagnóstico se pudo concluir, que a pesar de que existe una buena oferta comercial, falta mucho por organizar por el lado del producto: está disperso, el guion es poco científico y las actividades complementarias son mínimas.

Este subproyecto propone por lo tanto el fortalecimiento de este producto a través de la consolidación del siguiente plan de trabajo: se evaluarían inicialmente a los prestadores de servicios turísticos presentes en la oferta actual del municipio con base en las normas técnicas sectoriales, para posteriormente elaborar un plan de mejoramiento con base en el diagnóstico realizado. Finalmente se definirían nuevas propuestas de guiones de tipo científico así como criterios de seguridad para el avistamiento de las ballenas.

PROGRAMA: NARIÑO INTERNACIONAL

PROYECTO: NARIÑO PUERTA DE COLOMBIA AL SUR DE AMÉRICA

Como bien se expresa en apartados anteriores, una de las principales fortalezas del departamento es su cercanía geográfica y cultural con la cultura Andina y con el Ecuador. Esta realidad obliga a las autoridades turísticas a apoyar la consolidación de programas binacionales como “Colombia y Ecuador, un solo destino”.

Subproyecto: Consolidación del proyecto "Colombia y Ecuador, un solo destino".

Con el objetivo de dar apoyo a la ya creada campaña "Colombia y Ecuador, un solo destino", este subproyecto propone que inicialmente se verifiquen las acciones y resultados obtenidos a la fecha por el programa, así como la preponderancia de Nariño en el mismo. Como segunda etapa se propondrían estrategias de mejoramiento, para finalmente implementarlas y hacerles seguimiento.

2.4.2 EJE ESTRATÉGICO: FACTOR SOPORTE

PROGRAMA: NARIÑO EN CONEXIÓN CON COLOMBIA Y EL MUNDO

La ubicación privilegiada en la que se encuentra el departamento de Nariño, analizada tanto en el contexto nacional como en el internacional invita a pensar en múltiples oportunidades para desarrollar actividades relacionadas con centros de conexiones de negocios, logísticas comerciales, pero fundamentalmente de oportunidades en la variada cadena del turismo.

Desde épocas pre-incaicas ya existían caminos que desde este territorio conectaban con pueblos ubicados en el sur del continente. En la actualidad, dándole valor a esa histórica conexión, la UNESCO adelanta el proyecto patrimonial para reconocer el camino de los incas como una maravilla histórica de la humanidad.

Nariño conecta, además, con la cuenca del Pacífico, considerado el océano del siglo XXI; por otro lado conecta con la cuenca de la Amazonía, reconocida como presente y futuro del equilibrio ambiental de la humanidad y se extiende a través de la cordillera de los Andes, la que precisamente se divide en tres ramales al ingresar de sur a norte en este territorio, para luego proseguir por la geografía colombiana.

La conectividad que se evidencia desde los aspectos físicos- geográfico requiere, sin embargo, alta inversión por parte del Estado para que este potencial permita desarrollarse en forma adecuada. En especial con inversiones relacionadas con infraestructura vial y los accesos a sitios de interés turístico.

PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA NARIÑENSE.

En la actualidad, la mayor limitante que tiene el departamento de Nariño para desarrollar con éxito el turismo es la falta de una adecuada conectividad. Por lo tanto esta es una de las primeras actividades que se debe adelantar en asocio de todos los actores comprometidos con el desarrollo regional; no solo es responsabilidad del sector turístico. La gestión debe abordar lo concerniente a vías, aeropuertos y terminales marítimas. Es imposible hacer turismo donde no se brindan posibilidades de acceso a quienes quieran realizarlo.

Subproyecto: Gestión de recursos para el mejoramiento de la infraestructura vial.

Es claro que el desarrollo del potencial turístico que posee esta privilegiada región depende de las condiciones en las que se oferten sus atractivos; el nivel de productos turísticos solo es alcanzable si realmente es vendible y solo se puede vender si reúne las condiciones de competitividad, comenzando por la accesibilidad, la que requiere una adecuada infraestructura.

En este como en muchos países la inversión pública depende de la voluntad política de los gobernantes y/o de la presión social, que las fuerzas vivas de la región puedan realizar. Para el caso de Nariño no cabe duda que es la gestión debida y adecuada la que puede resolver el mejoramiento de la infraestructura que requiere el turismo para desarrollar su potencial.

Se debe iniciar la gestión, realizando un estudio en el que se identifique las vías relacionadas con los productos turísticos y se haga una evaluación, una evaluación de las mismas, que incluya la actualización del estado de las vías y sus requerimientos y prioridades. Para avanzar en este tárea, se propone constituir un comité que apoye la gestión de consecución de recursos y asegure el seguimiento a las obras que se emprendan.

Subproyecto: Fortalecimiento de la infraestructura aeroportuaria

La facilidad para acceder al destino es determinante para que un turista considere visitarlo y además es requisito para poder diseñar un producto turístico. Las dificultades que tiene el departamento en este sentido son bastantes y las condiciones

del aeropuerto de la capital afectan seriamente el flujo del turismo y la favorabilidad de selección frente a otros destinos. Por lo tanto se precisa un gran esfuerzo para superar estas debilidades, que incluyen la necesidad de dotación de tecnologías de aeronavegación en los tres aeropuertos, la remodelación y mejoramiento de los servicios en los mismos y la ampliación de pistas.

Subproyecto: Construcción y mejoramiento de muelles turísticos en Tumaco, Bocagrande, La Cocha, Isla de la Carota

El gran potencial que representa el mar Pacífico para el departamento, solo puede ser aprovechable si se cuenta con las comodidades y facilidades que requieren los turistas para disfrutarlo y especialmente para poder incorporarlo al producto. Unos muelles adecuados con servicios, seguridad y condiciones apropiadas generan respuestas positivas de los turistas, propicia la oportunidad de ofrecer mejores experiencias y enriquece el paisaje del lugar.

En primer lugar se propone identificar los muelles que deben construirse o mejorarse, al igual que establecer el tipo de obra que cada uno requiere. Posteriormente vendrá el ejercicio técnico para su diseño y definición de presupuestos, seguido de la gestión para la consecución de los recursos necesarios.

Subproyecto: Dotación del alumbrado y malecón para las playas del Morro

Las playas son un atractivo difícilmente desplazado del gusto de los turistas, máxime cuando las mismas ofrecen paisajes tan espectaculares como son los del Pacífico. Sin embargo es necesario ofrecer las condiciones para que se puedan contemplar tales paisajes y para que tanto de día como de noche pueda ser un atractivo.

Ello exige no solo contar con un adecuado malecón que ofrezca facilidades y entretenimiento sino que se complemente con un alumbrado suficiente para que además de seguridad permita vivir el entorno del lugar. Por lo tanto todas las actividades propuestas en este subproyecto apuntan a su logro.

Subproyecto: Ampliación de la cobertura de internet y telefonía móvil en el área rural y en zonas de afluencia turística.

Pretender en un mundo globalizado y altamente comunicado, ofrecer productos y servicios turísticos que no tengan una adecuada infraestructura de comunicaciones y con baja cobertura de los mismos es un despropósito. Por lo anterior, difícilmente varias zonas del departamento sin cobertura de internet y telefonía móvil podrán alcanzar buenos resultados en su gestión comercial y en general en el desarrollo del destino.

Es pertinente, por lo tanto, que se adelanten las gestiones necesarias para lograr una cobertura total en las regiones que cuentan con atractivos turísticos. Esto implica una actuación ante las instancias de competencia para lograr este propósito, en beneficio general de la comunidad residente y del fortalecimiento de la infraestructura turística.

PROGRAMA: NARIÑO SEGURO

Ofrecer un destino seguro al turista es uno de los principales atractivos que se puede ofrecer. Un lugar donde la gente pueda salir tranquilamente, sin que se le deba alertar sobre zonas vedadas o peligrosas y donde se genere confianza para el disfrute es el propósito del presente programa.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA EN NARIÑO.

Este proyecto busca contribuir a generar condiciones para que el departamento ofrezca un espacio seguro para el turismo y que permita promocionar el destino con confianza, apoyando también una gestión ante medios de comunicación para mejorar la imagen del departamento como una tierra grata, amable, que se pueda visitar sin temor.

Subproyecto: Plan de mejoramiento para la seguridad turística

Desde luego que el sistema de seguridad oficial es el llamado a garantizar la seguridad que requiere el sector productivo, pero no solo es insuficiente, aún si se presta en adecuadas condiciones. Es necesario que exista organización institucional y social que

fortalezca la seguridad para generar confianza, tanto en los visitantes como en la comunidad del entorno a los atractivos turísticos. Es tárea de todos.

La tárea debe concretarse en un plan de mejoramiento que articule a todos los actores involucrados en la actividad del turismo; ello implica fortalecer el Consejo Departamental de Seguridad Turística como instancia que apoya, acompaña y promueve las acciones que se acuerden.

PROGRAMA: ENTORNO PARA UN TURISMO DE CLASE MUNDIAL

Cuando se piensa en hacer turismo la principal expectativa que tiene una persona es la de pasarla bien, conocer nuevos lugares, disfrutar experiencias memorables y tener una retribución que considere apropiada a su inversión. Y mucho de ello tiene que ver con las condiciones del espacio público que tenga el sitio que se visite. La fisonomía de las poblaciones, el cuidado que se observe en los espacios públicos y las facilidades para desplazarse por el mismo impactan de manera especial al visitante, por ello es necesario adelantar éste programa de manera decidida.

PROYECTO: MEJORAMIENTO DE ESPACIOS PARA LA GENTE.

El turismo se reconoce como una actividad transversal que permea múltiples aspectos de la vida humana, ambiental y urbana. Si los atractivos, por más conmovedores que sean, no cuentan con espacios dignos y adecuados para el encuentro de las personas que buscan compartir y disfrutar lo que depara el turismo, este no es posible como destino sostenible. Es pertinente intervenir en la formulación e implementación de políticas públicas adecuadas para el manejo del espacio urbano, así como en los POTS.

Los BIC deben ser valorados y se debe concertar un plan de cuidado, mantenimiento y de manejo, según sea el caso. Estos bienes no solo son ornato de la ciudad, son bienes culturales que caracterizan una comunidad relacionándola con su historia y su identidad cultural.

Subproyecto: Embellecimiento del espacio público

Ante las debilidades que se observan en el destino al respecto, este proyecto busca en primera instancia, identificar los principales espacios y edificaciones que están vinculadas al producto y que requieren alguna intervención, para posteriormente determinar los recursos que se precisan para habilitarlos y ponerlos en condiciones aceptables de uso.

Con tal información se propone formular un proyecto para gestionar en las instancias pertinentes la consecución de recursos para la recuperación de los bienes de interés cultural y los demás que se hayan definido.

A su vez, es necesario acordar mecanismos de concertación entre las administraciones municipales y los vendedores ambulantes y conductores para encontrar la mejor manera de recuperar para los peatones, las zonas que le son propias y que son las que los turistas utilizan para conocer, y vivenciar el destino.

PROGRAMA: NARIÑO ORIENTA AL TURISTA

Un destino se puede disfrutar a plenitud cuando se tiene la información suficiente para deslazarse con facilidad y cuando el viajero encuentra los elementos que le permita ubicarse, orientarse de manera autónoma y no depender exclusivamente de las respuestas que reciba de los locales, quienes en muchas ocasiones no cuentan con la información requerida. Se busca, entonces, solucionar la debilidad de Nariño en este aspecto.

PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO.

El turismo que ofrece la región nariñense está caracterizado por atractivos de naturaleza, esto sugiere que los turistas pueden programar sus viajes en distintas fechas del año y seguramente en pequeños grupos, no siempre con guías. Por lo tanto una buena señalización es parte de un servicio que le produce satisfacción y seguridad; por el contrario, la falta de la misma será motivo de pérdida de tiempo e insatisfacción. Nariño cuenta con una incipiente señalización, requiere ser dotada y complementada, tanto en aspectos de señalización vial como urbana y en las rutas de los atractivos.

Para avanzar en este propósito, se requiere la realización de los estudios pertinentes que permitan identificar las necesidades, optimizar las señales existentes, como también gestionar un importante apoyo económico para soportar la inversión.

Subproyecto: Estructuración y ejecución de un plan de señalización turística vial, peatonal e interpretativa

El propósito de este proyecto es identificar en el departamento las necesidades de señalización que se requiere frente a los productos que se busca presentar al mercado. A su vez, y aplicando toda la normatización que se tiene al respecto, se deberá plantear el mecanismo para su adquisición e instalación, y en ello se podrá involucrar a la empresa privada para apoyar la actividad.

PROGRAMA: AMABILIDAD POR LAS RUTAS DE NARIÑO

Parte del encanto de un lugar es su gente. La actitud de ellos hacia el visitante, su disposición para contribuir a una grata estadía y su capacidad para responder a las preguntas que le sean formuladas son fundamentales para que la experiencia que se viva sea positiva y es determinante para la información que ésta persona lleve a otros sobre el destino, lo que constituye el "voz a voz" que se considera la mejor y más económica forma de promover un destino. Por ello es importante emprender con celeridad este programa.

PROYECTO: NARIÑENSES SENSIBLES AL TURISMO

Difícilmente una persona puede contribuir al fortalecimiento del turismo, si no tiene claridad sobre lo que esta actividad puede representar para el desarrollo económico y social de la localidad y de su gente, para sí mismo y para su entorno. Ser sensible al turismo requiere comprender lo positivo que puede ser su fortalecimiento como también lo negativo que pueda resultar si no se construye con responsabilidad social, económica y ambiental.

Subproyecto: Estructuración de la Cátedra Nariño

Es una realidad el hecho de que no se puede querer y menos valorar lo que no se conoce. Por ello es necesario que la comunidad conozca su patrimonio cultural,

tangible e intangible y reconozca también la fortaleza que representa toda la riqueza que tiene en la naturaleza que lo rodea y que se constituye en uno de sus principales atractivos.

De otra parte es vital que conozca su historia, tradiciones, folclor, sus mitos y leyendas y también que sepa acerca de sus fortalezas como departamento, de los proyectos que se emprenden y el futuro a que se aspira como comunidad.

Todo esto es posible con un proyecto que construya una cátedra con contenidos que apunten a resolver ésta debilidad que se califica como muy fuerte.

PROYECTO: CULTURA TURÍSTICA PARA LOS NARIÑENSES.

La cultura turística solo se puede lograr si y solo si esta permea todas las esferas sociales, públicas e institucionales. Una cultura es en sí misma la expresión colectiva y permanente de una forma de ser que caracteriza a una comunidad; para que esta se identifique con el turismo requiere fundamentos de esta disciplina, sensibilización y apropiación de sus bondades y necesidades.

Se propone iniciar estructurando un programa de sensibilización para dar a conocer la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico y social de una región y cómo este sector puede incluir iniciativas privadas de carácter social.

Subproyecto: Estructuración de un programa de cultura turística

La sensibilización es el comienzo de una fundamentación para lograr una verdadera cultura turística. Meta superior para las regiones que quieran proyectar el desarrollo sostenible y competitivo del turismo como factor de la economía regional. El entorno social determina la calidad y calidez para la satisfacción del turista; puede aumentar los niveles de esta por encima del atractivo en sí, o también puede aminorar su sensación de logro hasta negarse a él.

Se propones estructurar un programa que apunte a resolver esta falta de conocimiento y que conduce a la displicencia por lo propio, a la indiferencia por la comunidad, al descuido de su entorno y al poco apoyo al fortalecimiento de una actividad que ha

demostrado que puede aportar de manera importante el mejoramiento de la calidad de vida de una comunidad.

PROGRAMA: NARIÑO ACCESIBLE

El turismo es un derecho de todos, sin embargo las infraestructuras y equipamientos actuales no ofrecen las condiciones de accesibilidad adecuadas. Es importante entonces tener en cuenta que la accesibilidad no solo es para determinados colectivos sino que toda la población tiene derecho a disfrutar de los atractivos sin dificultades y con seguridad

Así, el destino será más atractivo cuando toda persona sin importar su edad o algunas limitaciones físicas puedan visitarlo. Los sitios de interés tendrán mayores posibilidades de atraer público y acceder a nuevos mercados cuando en su infraestructura se ha considerado la habilitación de los sitios de manera incluyente.

PROYECTO: NARIÑO ACCESIBLE PARA LOS TURISTAS.

Es pertinente insistir en la necesidad de resolver problemas de la estructura para construir sólidamente el andamiaje que requiere el turismo en procura de alcanzar los niveles de competitividad deseados. Nariño adolece de esta condición, de ahí que se convierta en prioridad para ser incluida en el plan estratégico. Se requiere entonces adelantar los estudios y diseños necesarios teniendo en cuenta las normas vigentes para realizar las obras de un turismo accesible.

Subproyecto: Turismo accesible

Para tales propósitos se deberán identificar los atractivos vinculados a la oferta turística que requieren una intervención al respecto, y a su vez, determinar el tipo de obra necesaria para responder a las necesidades de accesibilidad. Posteriormente será necesario desarrollar los diseños como base para establecer el presupuesto.

Con esta información se procedería a gestionar el proyecto y los recursos para su ejecución.

PROGRAMA: NARIÑO SE CONOCE Y SE CONECTA

El creciente desarrollo del sector turístico es consecuencia de varios factores, y entre ellos uno muy destacado es la aceleración y difusión de nuevas tecnologías de información y comunicación. Estos nuevos formatos le facilitan a la comunidad en general, el acceder a una amplia y variada información para conocer diversos aspectos del destino. Así mismo es herramienta fundamental para que fuera de sus fronteras muchas personas conozcan sobre el lugar y se sientan estimulados a visitarlo. También, es vital para establecer vínculos entre los diferentes actores del sector, todo lo anterior justifica el que considere avanzaren éste programa con gran prontitud.

PROYECTO: NARIÑO TECNOLÓGICO.

El mundo cibernético que caracteriza la era contemporánea no es posible sin la implementación adecuada de los factores tecnológicos que inciden de manera especial en la competitividad. El turismo moderno, aún para destinos primitivos, solo existe si está al alcance en el mundo globalizado del internet. Las herramientas tecnológicas están disponibles en el mercado, solo se requiere adelantar la gestión contemplada en los proyectos para el fortalecimiento tecnológico.

Subproyecto: Creación de la red de información turística para el departamento y conformación de un observatorio turístico.

La identificación de las necesidades para una adecuada información en el sector, así como la definición de una plataforma para el manejo de la misma, constituyen las prioridades y acciones estratégicas para la implementación de la tecnología requerida en procura de una comunicación con los requerimientos que exige el desarrollo del turismo hoy.

Un observatorio para el turismo, permitirá utilizar la información estadística en beneficio del sector y de sus subsectores; contar con datos actualizados, suficientes y confiables son requisito para la formulación acertada de proyectos que sustenten las necesidades y los recursos requeridos.

PROGRAMA: EL TURISMO DE NARIÑO SE ORDENA

La planificación comienza con la responsabilidad que todos tiene con la conservación del legado patrimonial (natural y cultural) a las generaciones futuras, por lo que es requisito indispensable establecer los usos del suelo, sus delimitaciones, capacidades de carga, entre otros. Son las tales definiciones las que aseguran la sostenibilidad del turismo y permiten controlar la actividad y asegurar la calidad de vida y el desarrollo económico de la comunidad local.

Es vital articular el turismo a toda la dinámica urbana y disponer de una reglamentación que evite impactos negativos en el territorio particularmente los relacionados con la planta turística. Razones todas que justifican la inclusión de este programa.

PROYECTO: INCORPORACIÓN DEL COMPONENTE TURÍSTICO EN LOS EOT Y POT DE LOS MUNICIPIOS CON VOCACIÓN TURÍSTICA.

El turismo no puede desarrollarse de una forma desordenada y espontánea en medio del crecimiento urbano. Por el contrario es necesario que la planificación de los municipios esté acorde a la proyección que tienen por su potencial turístico; no solo para el uso y destino de bienes e inmuebles dedicados al turismo, sino que deben prever la conservación de bienes patrimoniales, ambientales y naturales. En consecuencia es pertinente y obligado intervenir en la construcción y decisiones de los ajustes del POT y el EOT.

La identificación de las zonas con vocación turística en los municipios que conforman los clúster, microclúster , circuitos y rutas y la evaluación de los usos del suelo en las zonas con vocación turística, son requisitos indispensables para garantizar la planificación técnica que permita proyectar inversiones públicas y privadas del sector. En consecuencia, es imperativo intervenir en la definición de propuestas para las modificaciones en usos del suelo que tengan en cuenta la actividad turística en los EOT y POT.

Subproyecto: Nariño ordena su territorio

En este subproyecto se plantea que a partir de la identificación de las zonas con vocación turística se adelantare una evaluación del uso de sus suelos. La información obtenida permitirá hacer las propuestas de modificación para acoger la actividad turística en los EOT y POT que los requieran. Posteriormente se presentará ante los concejos municipales para su consideración y aprobación.

Subproyecto: Incorporación del sector turístico en el Consejo Territorial de Planeación

Por ser el turismo una actividad relativamente nueva y a la que no se le había dado la importancia que le corresponde, su representación como sector es escasa en las diferentes instancias gubernamentales. Por ello se recomienda hacer una revisión de los miembros del Consejo Territorial de Planeación para que se incluya un representante del sector turístico pues el uso del suelo para efectos de turismo con frecuencia se enfrenta a conflictos entre conservación y desarrollo del territorio y entre los intereses públicos y privados.

PROGRAMA: NARIÑO SENSIBLE CON LA NATURALEZA

La naturaleza es el producto que mayores posibilidades le ofrece al país y a muchos departamentos, entre ellos Nariño. A su vez, la utilización de los espacios naturales se viene dando sin un especial cuidado para asegurar su preservación y mantenimiento hasta el punto que muchos de ellos evidencian severos deterioros. En consecuencia, preciso tomar las decisiones que correspondan para evitar que la actividad turística y los turistas contribuyan o sean actores principales de la pérdida de éste importante recurso; es un reto que implica creatividad para combinar de manera inteligente la conservación, la utilización y la rentabilidad económica.

PROYECTO: NARIÑO TURÍSTICAMENTE SOSTENIBLE.

La sostenibilidad no se logra por decreto, ni se impone como postulado por más loable que sea su intención. Solo se consigue con buenas prácticas que ejerzan quienes intervienen en la actividad del ejercicio turístico y su entorno. Es un proceso de concientización y compromiso que se debe desarrollar y fortalecer como constante se debe adelantar a través de campañas cívicas desde lo social e institucional.

Subproyecto: Nariñenses comprometidos con el ambiente.

Las malas prácticas ambientales en los lugares turísticos afectan toda la actividad y al mismo tiempo, la sensibilidad de los visitantes. Por malas prácticas se entiende desde la mala disposición y manejo de los residuos producidos hasta el mal uso de los atractivos y recursos naturales utilizados.

En muchos de los atractivos urbanos o suburbanos, así como en la orillas de los cuerpos de agua, se ven contaminados física y paisajísticamente por residuos domiciliarios e industriales, sólidos y líquidos. En ocasiones, en los lugares públicos, es muy común encontrar, a cielo abierto, pequeños depósitos de basuras de manera intermitente a lo largo de un sendero, de una ruta o de una vía secundaria o terciaria y es muy común que vertederos de aguas residuales, incluso de los municipios, desemboquen en los cuerpos de agua, sobre los que aguas abajo se desarrollan actividades turísticas (natación, canotaje, kayak, rafting, etc.). Lo anterior se observó en el corredor acuático del muelle de El Encano, en la laguna de La Bolsa, orillas del río Guaitarilla y en otros atractivos visitados. En ciudades como Tumaco, por ejemplo, se sufre por la acumulación de basuras en muchos sectores de la ciudad, ya sea por falencias en la recolección, saturación de los centros de acopio o conflictos de la empresa de recolección. Esto va en contravía de los intereses ambientales y económicos con los que se realiza una actividad, propiciando el rechazo de los visitantes y pérdidas económicas ¿Vale la pena invertir dinero en promoción para que un montón de basuras o aguas servidas arruinen todo?

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012.

Otro problema evidenciado durante el trabajo de campo fue el uso de la tierra cerca a los cuerpos de agua; no hay respeto por la ronda de protección de los ríos y lagunas y se cultiva o pastorea sin importar que los químicos de los cultivos caen hasta los

cuerpos de agua, que los animales los contaminan con sus excrementos y que poco a poco las orillas se van sedimentando y reduciendo el espejo de agua.

Fuente: Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012.

Una práctica, resultante del desempleo rural, es el corte de leña para producir carbón y surtir restaurantes, empresas y habitantes de la ciudad. Es una mala práctica que coadyuva con la deforestación, desecación de cuerpos de agua, erosión y pérdida de biodiversidad y, finalmente no saca de pobre a nadie porque viven del "día a día".

Fuente: Unión Temporal Huitonava, 2012.

Otra de las malas prácticas ambientales comunes a los destinos turísticos del departamento, principalmente en las áreas rurales, son la deforestación, la cacería, la extracción de recursos de fauna y flora para comercialización, la desviación de cuerpos de agua, el mal manejo de los residuos, el maltrato a los animales domésticos y el abuso con fertilizantes y plaguicidas en la producción de alimentos.

Por otra parte, también los visitantes causan impactos negativos, en los lugares que visitan, a los ecosistemas, la cultura, el patrimonio y a las comunidades locales, amparados en la ausencia de normas de convivencia y buen uso de los recursos y planes de manejo para impedir o mitigar los efectos negativos del turismo y fortalecer los positivos.

Por ello, con el objeto de mitigar estos impactos, minimizar los riesgos y fortalecer las actividades que contribuyen a la sostenibilidad del destino, es pertinente implementar buenas prácticas por parte de todos los actores del turismo, enfatizando que el turismo sostenible debe contribuir no solo al desarrollo económico y social de la comunidad, sino coadyuvar para el buen uso, manejo y conservación del patrimonio cultural y natural y, la satisfacción de los actores: instituciones públicas y privadas, empresarios, operadores, empleados, turistas y la comunidad residente en el territorio, estimulando a todos los actores que intervienen en la cadena a fortalecer los programas de buenas prácticas ambientales.

Las buenas prácticas son instrumentos que se implementan en un destino o en una empresa, tienen como meta garantizar que se están mitigando los impactos negativos y que se están fortaleciendo los positivos con beneficio para el turista y para las comunidades del destino turístico y de su entorno, ya que permiten una mejora de la imagen social y garantizan un atractivo permanente para el destino de los turistas, habida cuenta que la sensibilidad y conciencia ecológica de la opinión pública ha contribuido a que la protección ambiental constituya uno de los objetivos prioritarios de la sociedad actual. Son actividades que de manera voluntaria realizan empresarios, organizaciones y población local con el objetivo que construir una actividad turística sostenible. Por buenas prácticas se entiende la gestión y uso eficiente de energía y del agua; manejo de residuos sólidos y líquidos; manejo o reducción de productos químicos; uso responsable de la biodiversidad; adecuado manejo y disposición de residuos peligrosos.

Por ello, para todos los destinos identificados en este plan, se propone:

a. Identificación de los criterios ambientales que se priorizarían en una campaña de buenas prácticas en el sector turístico.

b. Diseño de una campaña que invite a incorporar criterios ambientales en la gestión turística empresarial y de los destinos.

c. Educación y sensibilización para la promoción de buenas prácticas en desarrollo sostenible del turismo

d. Articulación del sistema educativo en el fomento de una cultura turística para la protección y preservación de los recursos naturales y patrimoniales y su adecuado uso; integrando este enfoque en los planes curriculares desde la formación básica primaria.

e. Creación de un premio ambiental para los empresarios y destinos que incorporen criterios ambientales en su gestión turística.

2.4.3 EJE ESTRATÉGICO: FACTOR PRODUCCIÓN

PROGRAMA: EL OBJETIVO COMÚN EN NARIÑO: LA COMPETITIVIDAD

Los procesos de globalización y los tratados de libre comercio, hacen que las empresas deban enfocarse en objetivos comunes que les permita modernizar su aparato productivo e innovar en productos y tecnología.

En el contexto turístico la competitividad se define como la capacidad que posee un destino para crear valor agregado que refleje un aumento considerable de los ingresos generados por la actividad turística y que al mismo tiempo le permita alcanzar objetivos de rentabilidad y sostenibilidad. Para lograr un Nariño competitivo, que además responda eficientemente a los requerimientos de la demanda, es necesario adelantar estrategias relacionadas con la cualificación y fortalecimiento del tejido empresarial de los prestadores de servicios turísticos, la consolidación de la cadena de valor turística y la competencia del personal que asegure un servicio de excelencia.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL TURÍSTICO EN LOS CLÚSTER, MICROCLÚSTER, RUTAS Y CIRCUITOS IDENTIFICADOS.

Para que un destino sea competitivo es indispensable que la actividad turística se desarrolle de manera organizada, integrada y sobre todo promovida con base en la reglamentación y las políticas diseñadas por el Gobierno Nacional. En este contexto los procesos de formalización, de incorporación de buenas prácticas empresariales, de servicios con alto componente de calidad y del uso adecuado de tecnologías, será el camino que con urgencia debe emprender el destino Nariño.

Subproyecto: Formalización de los prestadores de servicios turísticos

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo preocupado por los altos índices de informalidad, ha incorporado en el Plan sectorial de turismo 2010 – 2014 "Turismo: factor de prosperidad para Colombia", el programa de formalización turística, encaminado a reducir los niveles de informalidad y controlar a los prestadores de servicios turísticos. De otra parte, la ley de formalización y el empleo, emitida en el año 2010, entrega al conglomerado empresarial un paquete de beneficios entre los que se destaca la simplificación de trámites y la carga tributaria, dirigido a nuevos emprendimientos.

Los empresarios turísticos de Nariño deberán preparar el camino hacia la legalización de sus empresas para lo cual será necesario conocer los inconvenientes que les impide formalizarse y con base en ello estructurar talleres que les dé a conocer los beneficios de la misma; para ello, la administración departamental deberá adelantar gestiones ante el Viceministerio de Turismo y acompañarlos a través de talleres y asistencia técnica hasta lograr su formalización. Así mismo se recomienda diseñar instrumentos tipo cartillas con el objeto de divulgar de manera masiva las ventajas de ser empresarios comprometidos con el crecimiento del turismo, el departamento y el país.

Subproyecto: Mejoramiento de la capacidad operativa de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con los resultados del diagnóstico.

Una vez la estructura empresarial tenga las bases legales, se plantea la formulación de un proyecto que mediante procesos de asistencia técnica permita a los empresarios del sector adoptar buenas prácticas empresariales; convendrá entonces incluir temas relacionados con planeación estratégica a la medida, contabilidad básica, administración de recursos financieros y del talento humano, sistemas contables, control de costos y alianzas estratégicas, entre otros.

Subproyecto: Incorporación de estándares de calidad y de sostenibilidad con base en las normas técnicas sectoriales

Recogiendo los desalentadores resultados del diagnóstico aplicado a una muestra de empresarios turísticos del destino, es apremiante iniciar acciones que permitan elevar la calidad en la prestación de los servicios turísticos de Nariño; para ello se recomienda identificar aquellos empresarios interesados en incorporar estándares de calidad en su operación, definir listas de chequeo basadas en las normas técnicas sectoriales de calidad y de sostenibilidad para conocer el nivel de cumplimiento de los mismos y en consecuencia, diseñar planes de mejoramiento a estos se dará cumplimiento mediante asesorías técnicas y capacitaciones a bordo en la definición y adopción de procesos, procedimientos, protocolos y formatos de seguimiento y control, buscando con ello una cultura hacia la calidad.

Subproyecto: Fomento del uso de tecnologías para la información y las comunicaciones en la operación de las empresas turísticas.

Dos pilares del Plan nacional de desarrollo **"Prosperidad para todos"** son la innovación y el fortalecimiento de las TIC´s; un país que proyecta su desarrollo en la conquista de nuevos mercados requiere un crecimiento económico sostenible para lo cual necesita empresas pujantes que incorporen el uso de tecnologías para la información y las comunicaciones.

En el turismo esto debe ser una prioridad; el internet es el medio masivo mayormente usado por turistas que buscan destinos que colmen sus expectativas y corresponde al sector productivo generar los medios para la promoción de sus destinos y atractivos y por ende de sus servicios; por ello los sistemas de distribución global, las reservas y compras en línea, son tendencias que deben ser tenidas en cuenta.

Por consiguiente, se plantea identificar las necesidades tecnológicas de los prestadores de servicios turísticos, que constituirá la base para la formulación de un proyecto de asistencia técnica para el uso e incorporación de las mismas en la operación empresarial. Será necesario que los empresarios adquieran sistemas de reservas y diseñen plataformas interactivas, así como software contables y de administración. Para ello, es preciso acercar las líneas de crédito, estrategia que se desarrolla a continuación.

Subproyecto: Acercamiento de las líneas de financiación a empresarios turísticos

Los anteriores subproyectos requieren inversiones de parte de los empresarios turísticos para mejorar su planta física, para dotación y para adquisición de tecnologías, entre otras. Por ello y debido al frecuente temor del sector productivo a contraer obligaciones crediticias, se hace necesario identificar las barreras de acceso al crédito, estructurar un programa de apoyo financiero a empresarios turísticos, utilizando la posibilidad de tasa compensada que contempla la ley 1101/2006, consistente en lograr descuentos en el DTF que aliviane los costos del crédito. Así mismo, es importante lograr, la vinculación de universidades presentes en Nariño para que apoyen a los empresarios en la formulación de proyectos y planes de negocios, requisito indispensable para el acceso a préstamos bancarios; todo esto constituye un compromiso ineludible.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA EN LOS CLÚSTER, MICRO CLÚSTER, RUTAS Y CIRCUITOS IDENTIFICADOS

El enfoque de cadena de valor se concibe como una alianza o red de colaboración estratégica entre varios empresarios y organizaciones participantes, privadas y comunitarias con el fin de lograr objetivos comunes, especialización, una justa distribución de los beneficios percibidos e incremento en la rentabilidad de quienes se integran.

Para encaminar a Nariño hacia el cumplimiento de este propósito se plantean dos subproyectos, enfocados al fortalecimiento tanto de la cadena de valor interna como de la externa.

Subproyecto: Impulso a la creación y fortalecimiento de alianzas entre prestadores turísticos.

Para este propósito, será necesario como primera medida identificar los inconvenientes que impiden el trabajo cooperado, así como los actores que promueven alianzas en el sector y estimulan la asociatividad empresarial, que constituirán la base para la formulación y puesta en marcha de un proyecto que permita la articulación empresarial turística bajo procesos de asistencia técnica; los temas a abordar serán los beneficios del trabajo cooperado, el cumplimiento a pactos

y alianzas y la capacidad de negociación. Una vez se genere confianza, se recomienda la conformación de la red empresarial "Pioneros del turismo", para lo cual habrá que definir su plan de acción que incorpore actividades relacionadas con seguimiento y control a las alianzas establecidas y articule y gestione proyectos para la red.

Subproyecto: Fomento a la incorporación de otros sectores económicos en la cadena de valor turística

Una de las actividades que deberá emprender la red "Pioneros del turismo" y dada la dinámica económica y el efecto jalonador del turismo sobre otros sectores de la economía departamental, será la identificación de las necesidades de proveeduría de los empresarios aliados, así como las estructuras organizativas de la comunidad con posibilidad de vincularse a las ofertas turísticas del destino, estructurar un proyecto de asesoría a proveedores para adecuar sus productos a las necesidades de los empresarios turísticos, la suscripción de alianzas comerciales que permitan consolidar los encadenamientos y la estructuración de procesos de seguimiento y control que permita evaluar los impactos generados.

PROYECTO: CUALIFICACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN LOS CLÚSTER, MICRO CLÚSTER, RUTAS Y CIRCUITOS IDENTIFICADOS

La preparación y cualificación del talento humano en el sector turístico, es una de las prioridades de la política de competitividad turística "El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial". La mano de obra calificada no se refiere de manera exclusiva a la apropiación y desarrollo de nuevas técnicas y tecnologías en el proceso de producción, también se extiende a procesos de comercialización e innovación en la prestación de servicios turísticos.

Subproyecto: Impulso a la certificación del personal turístico en competencias laborales.

El Plan nacional de desarrollo **"Prosperidad para todos",** concreta dentro de sus lineamientos estratégicos "fortalecer las habilidades y competencias del talento

humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo"[49].

En el diagnóstico realizado a una muestra de empresarios turísticos de Nariño, se hizo evidente la necesidad de los empresarios por contar con personal competente para el desempeño de sus labores.

El sector cuenta con un conjunto de normas definidas tanto por las unidades sectoriales de normalización como por el SENA que además ha desarrollado una metodología que permite dejar capacidad instalada en las empresas que optan por certificar a su personal.

Se propone entonces, identificar a los prestadores interesados en hacer parte de este proyecto, así como seleccionar las normas a aplicar y formular un proyecto de asistencia técnica, de acuerdo con la metodología exigida por el SENA, para concluir con la certificación del personal por parte de esta entidad.

2.4.4 EJE ESTRATÉGICO: FACTOR GESTIÓN DE DESTINO

PROGRAMA: NARIÑO MÁS CERCA DE TI.

La realidad del mundo de los negocios ha permeado no solo a las grandes multinacionales sino incluso a pequeños negocios, profesionales independientes y por tanto a los destinos. Se puede apreciar cada día más la aparición de publicidad en medios impresos o en cine que hace referencia a lugares específicos del mundo: Londres, Barcelona, New York o México, por nombrar solo algunos.

El caso colombiano y su campaña "Colombia es Pasión" es prueba de estas tendencias. Si Nariño quiere ser protagonista regional y nacional del turismo deberá entonces apoyar la creación de campañas, proyectos y programas que engrandezcan su pasado rico en cultura y sus opciones de naturaleza.

El programa "Nariño más cerca de tí" pretende apoyar este fin a través del desarrollo de una marca departamental, el apoyo a los programas ya establecidos, la

[49] Tomado del Plan nacional de desarrollo 2010-2014.

comunicación binacional, las relaciones públicas y la inserción de la marca en la web y redes sociales. Las estrategias puntuales son presentadas a continuación:

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN DEL DEPARTAMENTO A NIVEL NACIONAL EN CONCORDANCIA A LOS PROGRAMAS YA ESTABLECIDOS.

Subproyecto: Impulso al programa "Más Nariñenses viajando por Nariño"

Posterior al diagnóstico realizado, se encontró que el departamento de Nariño posee desde hace unos años programas de turismo enfocados en incentivar el turismo interno. Esto es importante si se tiene en cuenta que los destinos deben primero ser visitados por sus propios vecinos, con el fin de iniciar un voz a voz positivo y que los mismos habitantes se enteren de los atractivos de su departamento para que en un futuro puedan ser sus propios guías y gestores.

Las características de la geografía colombiana, el estado de las carreteras y los problemas que presenta el aeropuerto de Pasto, hacen de este tipo de estrategias un buen incentivo para motivar en el mediano plazo la visita a un departamento que se mueve mayoritariamente en épocas de carnaval.

El proyecto propone por lo tanto que se revise inicialmente y se haga un inventario y una evaluación del material actual y las actividades desarrolladas a la fecha con el fin de medir la efectividad del material promocional analizando sus fortalezas y debilidades. Finalmente y de acuerdo con los resultados obtenidos, se procederá a redireccionar los recursos en programas exitosos o con mayor potencial.

PROYECTO: GESTIÓN DE PROMOCIÓN Y MERCADEO DEL DESTINO NARIÑO

Subproyecto: Realización de un plan de mercadeo que permita diseñar estrategias eficaces de comercialización de los productos turísticos.

Nariño está comenzando a destapar sus cartas en el juego del turismo nacional y binacional. Los resultados del diagnóstico inicial y del análisis de la oferta comercial así lo confirman. Por otra parte están las estrategias relacionadas con el producto turístico desarrolladas en otros apartes de este documento: carnavales, producto religioso y de artesanías, avistamiento de aves, gastronomía, etc.

Toda mezcla promocional hace parte de un plan de mercadeo. Por lo que lo primero que se deberá proponer es la consolidación de un plan de mercadeo que establezca primero características del producto turístico, políticas de precios y estrategias de comercialización, para poder definir las estrategias de comunicaciones.

En este orden de ideas, este subproyecto busca la realización de un plan de mercadeo que permita diseñar estrategias eficaces de comercialización de los productos turísticos de Nariño. El plan de trabajo propuesto sería el siguiente: Inicialmente se definirían los términos de referencia para la contratación del plan de mercadeo para su posterior contratación. Se procedería a su ejecución previa creación de un comité de mercadeo para hacerle seguimiento.

Subproyecto: Diseño y ejecución de una campaña publicitaria con base en el plan de mercadeo.

Como se ha afirmado en apartes anteriores, la cercanía geográfica y cultural de Nariño con Ecuador debe ser aprovechada eficientemente en temas no solo comerciales y de intercambio sino también de turismo; por lo que cualquier campaña que desarrolle el departamento deberá tener no solo como mercado meta a las demás regiones de Colombia sino también contar con el vecino país.

Se hace necesaria una campaña publicitaria a nivel nacional con el fin de que Colombia, así como los potenciales visitante del Ecuador, conozcan todo lo que reposa y exhibe el impecable material gráfico del departamento y su programa "Emprende camino, conoce Nariño": artesanías, parque nacionales, saberes y eventos indígenas, gastronomía y playas en el Pacífico.

Este subproyecto plantea por lo tanto que este programa se estructure inicialmente definiendo el público objetivo al cual iría dirigida, poniendo el énfasis en el mercado del Ecuador. Por otra parte, establecería un mensaje de acuerdo a los objetivos de la campaña: generar conocimiento de los atractivos del departamento de acuerdo con las acciones ya creadas. Continuaría con el establecimiento de un plan de medios nacional e internacional más acorde de acuerdo con el mensaje y al público objetivo, para finalizar con el establecimiento de unos presupuestos y la realización de una evaluación de resultados con retroalimentación.

Subproyecto: Impulso a las campañas de relaciones públicas enfocadas a promocionar a nivel nacional e internacional el Carnaval de Negros y Blancos.

El Carnaval de Negros y Blancos no solo es el primer evento del sur occidente del país sino que es uno de los de tipo cultural más importante de Colombia. Durante toda la semana se baila, se ríe pero sobre todo se comparte en paz. Son estas características que lo hacen único y lo alejan temática y sustancialmente de otros de su tipo en el país, por las cuales merece ser mayormente difundido a nivel nacional, y como se sustentaba anteriormente, a nivel internacional en Ecuador.

Resulta sugestiva también la posibilidad de ofrecerlo conjuntamente en todo el departamento e incluso a nivel regional en departamentos cercanos.

Es por esto que este sub proyecto propone que se lleve a cabo una campaña de relaciones públicas que, luego de contratar una agencia especializada, revise y evalúe las actividades desarrolladas a la fecha para promover a nivel nacional e internacional el carnaval buscando retroalimentación. Se pasaría posteriormente a redefinir las estrategias de RRPP, enfocándolas en la desestacionalización y promoción internacional del evento, para finalmente, implementar y evaluar la campaña.

Subproyecto: Fortalecimiento del proyecto VIVE NARIÑO, en el marco del programa Nariño Digital, con el fin de desarrollar una aplicación con información turística del departamento para dispositivos móviles.

La masiva introducción al país de teléfonos inteligentes, tabletas y demás dispositivos móviles hacen de este un canal perfecto para mantenerse permanentemente en contacto con nuestros actuales y potenciales clientes.

Es por esta razón que el subproyecto propone el desarrollo de una aplicación con información turística para este tipo de dispositivos. Esta aplicación le permitiría al usuario conocer en tiempo real las promociones, eventos y festividades que se lleven a cabo en el departamento: la programación de los días de carnaval o de los encuentros andinos; caminatas y excursiones a los volcanes y las lagunas; festivales gastronómicos; fechas para avistamientos de ballenas.

Los pasos para el desarrollo del proyecto comprendería inicialmente la definición de los términos de referencia para la contratación de una empresa especializada. Seguidamente se deberá adelantar su contratación con el fin de que desarrolle la aplicación, implemente y adecue la plataforma de promoción turística de Nariño teniendo en cuenta el plan de competitividad: www.vivenarino.com, adelante el diseño gráfico de la misma y se construyan e implementen los contenidos de apoyo. Finalmente, editarla y promocionarla conjuntamente con los demás recursos de comunicación.

Subproyecto: Diseño de una campaña conjunta con otros destinos del Pacífico como Nuquí, Ladrilleros y Gorgona para que como un solo destino se atraigan turistas a Tumaco y el piedemonte costero.

Los procesos de globalización y la feroz competencia llevaron a las empresas a crear modelos de alianzas con el fin de unificar esfuerzos para ahorrar costos y adquirir más mercado. Estos exitosos modelos han sido emulados no solo por empresas sino inclusive por las naciones. Es con base en esta premisa que este sub proyecto propone que los destinos del pacífico, conformados por Nariño, Valle y Chocó, desarrollen una alianza estratégica para que como un solo sitio se promocionen y vendan a nivel nacional e internacional.

Son más las similitudes y congruencias que conservan estos destinos entre sí, que lo que conservan con los departamentos que los cobijan. Por lo que no sería arriesgado el hecho de vender un solo pacífico colombiano sin que compitan entre sí.

El sub proyecto propone que en una primera etapa se defina el objetivo primordial del programa: Atraer como un solo destino turistas al Pacífico. Posteriormente se socializaría y se "ofrecería" a autoridades políticas y empresariales de los departamentos involucrados. Se contrataría luego la campaña con una agencia especializada en marketing de destinos, para finalmente lanzarla al mercado y evaluar sus resultados.

Subproyecto: Fortalecimiento del proyecto VIVE NARIÑO en el marco del programa Nariño Digital, con el fin de desarrollar una campaña de promoción en redes sociales e internet.

La tendencia en los EEUU y en Europa ratifica que las decisiones y gestiones de compra de viajes, así como los procesos de decisión se llevan a cabo mayoritariamente a través de la red. Por otro lado, ningún profesional, institución o empresa que desee darse a conocer puede estar por fuera de los procesos de comunicación bidireccional que permiten las redes sociales.

Muchas veces (en el caso de las redes sociales), es un proceso que no resulta oneroso. Nariño, de acuerdo con esta tendencia, debe tener presencia en estos espacios virtuales, sobre todo si tiene en mente atraer público joven y/o extranjero.

Nariño necesita desarrollar una campaña fuerte de promoción turística y un nuevo modelo para hacerlo a nivel nacional e internacional, por ello el proyecto, a través de un manejo adecuado en internet y de las redes sociales podrá llevar el mensaje y promover cada una de las actividades que se llevan a cabo en el departamento.

El subproyecto propone que para alcanzar tal fin se cree una campaña de promoción en redes sociales e internet. Inicialmente se definirían, los objetivos de la misma ligándolos a los objetivos de comunicación departamentales. Continuaría luego con la definición y caracterización del público objetivo que se desea contactar a través de este medio y se diseñarían posteriormente estrategias promocionales y mensajes para finalmente, lanzar y promocionar la campaña.

Para llevar a cabo la propuesta anterior es indispensable la elaboración de términos de referencia para la contratación de una empresa especializada en promoción y mercadeo a través de redes sociales, en los que se solicite definir la metodología, las estrategias promocionales y de elección de los canales y mensajes, la evaluación de resultados y la retroalimentación

Subproyecto: Desarrollo de eventos culturales o científicos con base en la temática de la cultura andina.

Consignado en su vocación, el componente andino es sin duda elemento diferenciador del departamento al momento de enfrentar la competencia nacional. La cercanía cultural y geográfica de Nariño a la cultura andina del continente lo hacen un lugar propicio para la creación y el impulso de eventos culturales o científicos que pretendan resaltar esta cultura.

Estos eventos atraerían participación nacional e internacional que luego de su asistencia decidirían volver ya como turistas con sus familias a visitar Nariño. Por otro lado podrían también convertirse en canales de promoción, ya que recomendarían el destino a otros potenciales visitantes. La realización de eventos generaría también free-press que a la vez complementaria las demás estrategias de comunicación.

Este sub proyecto propone que para lograr este fin, se deberá primero realizar un inventario y selección de municipios con potencial turístico en la temática científica o cultural andina. Posteriormente se establecerían propuesta de alternativas y factibilidad de eventos por municipio según su vocación y su infraestructura. Se entraría luego a diseñar como tal el evento: nombre, temática, fecha, recursos, mercado objetivo, infraestructura necesaria, para finalmente implementar y hacer seguimiento de una prueba piloto.

PROYECTO: DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS.

Subproyecto: Diseño de paquetes dirigidos a agencias mayoristas.

Una vez se ha proyectado y desarrollado atentamente un producto turístico competitivo con propuestas originales, además de llevar a cabo un plan de comunicaciones que lo soporte y promocione; resulta oportuno y lógico tener un canal de distribución que atraiga y desplace viajeros hacia el destino. De otra forma cualquier esfuerzo de creación y consolidación de producto acabaría desperdiciado.

En un orden lógico: el diagnóstico determinó oportunidades; que la fase de estrategias se encargó de materializar y promocionar en forma de productos que una acertada estrategia comercial procederá a poner en el mercado.

Con el objetivo de diseñar paquetes dirigidos a agencias mayoristas, el sub proyecto propone el siguiente plan de acción: Inicialmente habría que identificar los atractivos, actividades y prestadores de servicios que formarán parte de los paquetes, para luego proceder a negociar tarifas con proveedores de servicios y finalmente poder articular las ofertas.

PROYECTO: DISEÑO DE PAQUETES INTERNACIONALES

Subproyecto: Diseño de paquetes turísticos binacionales dirigidos a agencias mayoristas.

Consecuente con el apartado anterior, pero enfocado en los argumentos también expuestos en otros apartes del documento: tanto los productos como las campañas promocionales de Nariño deberán también estar enfocadas en el mercado internacional del vecino Ecuador.

Es por esto que este subproyecto propone la creación de paquetes turísticos binacionales dirigidos a agencias mayoristas. Este objetivo podrá ser desarrollado siguiendo los lineamientos presentados a continuación: en primera instancia habría que realizar una identificación de los atractivos, actividades y prestadores de servicios que formarán parte de los paquetes; para posteriormente entrar a negociar tarifas con proveedores de servicios y poder así articular las ofertas.

PROGRAMA: NARIÑO PLANIFICA

La actividad turística tiene importantes impactos económicos, socioculturales y medioambientales y la planificación permite identificar cuáles son los mayores problemas, con el objeto de minimizarlos, anticipar soluciones o corregir situaciones.

Igualmente planificar permite conocer los beneficios potenciales del turismo, y así generar condiciones que permitan aprovechar para el bien de la comunidad los beneficios que tal actividad pueda aportar.

El valor de incluir este programa es la posibilidad de tener una perspectiva a largo plazo, de utilizar de mejor manera los recursos, prepararse para los rápidos cambios del mercado, y favorecer las condiciones para que el empresariado desarrolle la actividad en mejores entornos.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL.

Planificar acertadamente requiere de una estructura adecuada y de conocimiento. La planificación, como instrumento no solo se deberá ocupar de los factores físicos de las atracciones, los servicios y la promoción, es preciso ampliar su enfoque e incorporar aspectos sobre respuestas parta las necesidades de las empresas, los turistas y la comunidad.

Lo anterior exige que los municipios como elemento primario del desarrollo turístico, fortalezcan su capacidad para planificar el sector y sobre todo para gestionar en los diferentes ámbitos, proyectos que conduzcan al logro de las estrategias que se planteen.

Subproyecto: Creación de oficinas de turismo

Es difícil avanzar en el desarrollo y fortalecimiento del sector cuando en los municipios no se dan las condiciones apropiadas para impulsar las acciones previstas; suelen ser tantas y tan variadas los frentes que atiende una alcaldía que con frecuencia las que corresponden a turismo se diluyen y no es posible encontrar un responsable para las mismas, a pesar de que de manera explícita se hable de la importancia que se le

quiere dar al sector. Por ello se precisa que identificados los municipios con vocación turística se elabore una propuesta para la creación de la oficina de turismo municipal, se defina la función de la misma y se establezcan los perfiles de los cargos previstos.

Esto deberá estar articulado con la parte jurídica correspondiente para que se dé curso a los trámites que esta acción exige para lograr la expedición del acto administro con que se cree la oficina.

Subproyecto: Elaboración de planes de acción turística municipales

Contar con el presente plan facilitará el desarrollo de este proyecto. Lograr la competitividad de un destino exige planificación y orden en el desarrollo de las actividades; este plan que ha sido estructurado desde la óptica de competitividad, presenta claramente los factores que impactan de manera determinante el turismo y sobre los cuales se deberá trabajar inicialmente, y a lo largo del proceso.

Tener esta guía será la mejor herramienta para determinar un plan de acción ajustado a las condiciones, necesidades y aspiraciones de cada localidad y que a su vez será la ruta que deben seguir las administraciones locales.

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEPARTAMENTAL.

Al igual que lo mencionado anteriormente para los municipios, si no se desarrolla una gestión que conduzca a la apropiada planificación de proyectos, de articulación del sector, seguimiento del Plan establecido y consecución de recursos para el departamento, difícilmente se logrará un sector turístico que aporte positivamente al mejoramiento de las condiciones de la comunidad y del turismo.

Si se quiere ser congruente con las aspiraciones del departamento de convertirse en un atractivo y competitivo destino turístico que se fortalezca su capacidad de gestión en el departamento en lo relacionado con la estructuración de la oficina encargada del sector, con la asignación del personal calificado y los recursos adecuados para cumplir con las táreas que se deben realizar.

Subproyecto: Creación de la Secretaría de Turismo departamental

Responder al reto del desarrollo del turismo en el departamento de Nariño y convertirlo en un destino turístico atractivo y competitivo requiere de una instancia a alto nivel en el marco del gobierno departamental, que se encargue de promover y dinamizar la ejecución del presente plan, de articular la gestión con el gobierno central y demás entidades a nivel nacional encargadas del tema, como también de articular el gran entramado de subsectores y empresarios que conforman la actividad turística.

Así lo entiende el Gobierno nacional cuando, en su plan sectorial de turismo 2011-2014 menciona en su estrategia 2, la necesidad de fortalecer la capacidad de gestión de las regiones frente a la implementación de planes y programas de turismo, como medio para alcanzar el objetivo de fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional.

En razón a lo anterior, se propone la creación de la Secretaría de Turismo Departamental, para que lidere la dinamización, desarrollo y consolidación del sector y tenga la posibilidad de incidir en instancias de decisión para la asignación de recursos, presentación de iniciativas, gestionar proyectos y procesos, responder a las necesidades del sector y servir como enlace y vocero de los actores vinculados a la actividad turística ante el gobierno departamental.

Este proyecto requiere desarrollar un estudio donde se plantee la necesidad de la creación de la Secretaría, se presente la estructura requerida para que funcione adecuadamente, se determinen sus funciones y el recurso humano para llevarlas a cabo, como también el perfil de los mismos y los costos que implica.

Posteriormente se presentará el proyecto a la Asamblea departamental para su estudio y aprobación. Esta gestión deberá estar rodeada de los actores del sector para hacer presencia activa y promover su aprobación.

Subproyecto: Conformación de la red de turismo departamental.

Trabajar de manera articulada es la única forma en que la diversidad de actores que conforman el sector pueda llevar a cabo acciones de beneficio común y que conduzcan

al logro del objetivo propuesto de hacer de Nariño un destino turístico atractivo, sostenible, competitivo y generador de oportunidades para todos.

Se propone así, conformar una red de turismo departamental, que esté compuesta por representantes del sector privado y público. Entre ellos personas del transporte, alojamiento, gastronomía y bares, guías de turismo y agencias de viajes operadoras. También deberá contar con la participación del SENA, Cámara de Comercio, Policía de Turismo, representante de las universidades, Secretaría a cargo del tema turístico, entre otros.

Esta instancia actuará como un organismo de consulta y apoyo técnico, ante quienes las autoridades departamentales, municipales, así como los representantes de los sectores social y privado involucrados con la actividad turística, puedan presentar planteamientos, sugerencias y análisis de asuntos relacionados con esta actividad. Paralelamente podrá concertar acciones tendientes a impulsar el desarrollo integral del turismo en el departamento, incluyendo la calidad de los servicios que se oferten a visitantes y turistas.

Igualmente podrá estar encargada del seguimiento a este plan de turismo y de articular las acciones que se requieran para su ejecución.

Para llevar a cabo el proyecto se elaborarán los criterios para su conformación y sus objetivos para presentar a los posibles integrantes. Se identificarán y convocarán los actores que deberían conformar la red y una vez lleguen a acuerdos se formalizará la constitución de la red de turismo del departamento.

Subproyecto: Formulación y adopción de una política pública de turismo para el departamento

Contar con una política pública en turismo exige un proceso de construcción colectivo de la misma. Por lo anterior se deberá proyectar el proceso para adelantarlo, teniendo para ello como base todo lo previsto en las políticas nacionales de turismo y lo consignado en este Plan. Una vez cumplido el mismo se presentará a la Asamblea departamental para su aprobación, a lo que le seguirá un ejercicio de divulgación y puesta en común con la comunidad.

Subproyecto: Gestión interadministrativa con organismos del orden nacional e internacional para viabilizar recursos

El presente plan identifica algunas fuentes posibles para la financiación de los proyectos planteados. Sin embargo, un análisis más detallado de los mismos podría ampliar las posibilidades. Cada entidad o institución tiene definido el tipo de proyecto que apoya y/o financia por lo que se deberá cruzar esta información para iniciar el proceso que conduzca a gestionar la obtención de los recursos del caso.

PROGRAMA: NARIÑO CONECTADO CON EL MUNDO

Un portal web es un medio de comunicación que ofrece una gran oportunidad para desarrollar el turismo pues permite que millones de personas puedan tener conocimiento de un sitio, que por otro medio no sería posible dado el alto costo que implicaría una campaña de promoción convencional.

Ofrece la ventaja de que se muestra una gran cantidad de información, al detalle que se quiera y permite establecer relaciones con otras personas sin restricciones de tiempo y espacio. Sobra enumerar las ventajas que ofrece el medio, y dado que no se concibe hoy una promoción de destino sin esta herramienta es vital para que Nariño se conecte con el mundo dar curso a este programa.

PROYECTO: UNA VITRINA AL MUNDO

El proyecto que busca acercar Nariño a todos los potenciales visitantes se realizará a través del desarrollo de un portal web que contenga toda la información que un turista quiera tener para tomar la decisión de visitar el destino.

Subproyecto: Desarrollo de un portal web

Contar con un efectivo portal web implica que el mismo sea desarrollado por profesionales especializados en el tema, por lo que es prioritario como actividad, definir los términos de referencia y todos los elementos que se desea se incluya para que se contrate no solo su desarrollo sino que se plantee la propuesta de mantenimiento que pueda asegurar su sostenibilidad.

Una vez se tenga claridad sobre los términos anteriores se procederá a la gestión de los recursos para su contratación.

2.5 RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA ARTICULACIÓN DE ALGUNOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL COMPONENTE DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LOS MUNICIPIOS IMPLICADOS.

Generalidades

El ordenamiento territorial permite a los municipios orientar el desarrollo del territorio bajo su jurisdicción y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, en función de los objetivos económicos, sociales, urbanísticos y ambientales.

Sobre el ordenamiento territorial a escala supramunicipal, es importante resaltar las competencias de las entidades públicas de nivel departamental y municipal, las cuales se enmarcan en la Constitución y las leyes, atendiendo los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.

De conformidad con el artículo 29 de la Ley 1454 de 2011- LOOT sobre la distribución de competencias relacionadas con las decisiones de ordenamiento, de las cuales se hace principal énfasis en las relacionadas con la planeación sectorial para el fortalecimiento de la actividad turística propuesta en este plan, corresponde al nivel departamental orientar la proyección espacial derivada del plan de turismo en articulación con los municipios y las entidades territoriales indígenas, ello implica la definición de lineamientos y políticas para la complementariedad de los asentamientos y centros urbanos, principalmente asociados al control en la aparición de nuevos asentamientos humanos y su localización en zonas no aptas, en zonas de riesgo o con conflictos de usos. También les corresponde orientar la localización de infraestructura y equipamientos de soporte al turismo y definir acciones de asistencia técnica, gestión y financiación para fortalecer las capacidades locales que permita a los municipios el aprovechamiento de las ventajas competitivas en perspectiva regional.

Frente a las competencias locales para lograr la consolidación y articulación de las dinámicas funcionales propuestas entre los diferentes centros urbanos, la viabilidad de los proyectos estratégicos de infraestructura y actividades para el mejoramiento de

la competitividad económica local y regional, el mejoramiento y puesta en valor de los recursos ambientales, físicos, arquitectónicos, sociales y económicos para el fortalecimiento del sector turismo propuesto en este Plan, corresponde al municipio, en desarrollo de su plan de ordenamiento territorial, definir las condiciones de uso, ocupación y aprovechamiento de los suelos urbanos, rurales y de protección, definir la localización de la infraestructura de soporte a las actividades urbanas productivas, fijar las normas urbanísticas para regular los usos, edificabilidades y mitigar los impactos ambientales, sociales y urbanísticos que se puedan generar por ejecución de los proyectos aquí establecidos, definir en articulación con el departamento, la priorización de los proyectos estratégicos y estructurantes, y la definición y operatividad de los instrumentos y mecanismos de gestión urbana para la adquisición de suelos y la financiación de infraestructura.

Por lo anterior es importante precisar que el plan de desarrollo departamental de turismo, tiene como objeto principal brindar los lineamientos para la articulación y coordinación interinstitucional para el ordenamiento territorial y el fortalecimiento de la actividad socio-económica derivada del turismo, así mismo, es objeto orientar acciones y proyectos estratégicos que deben necesariamente contar con la participación de los municipios vinculados, con el propósito de garantizar la ejecución de las acciones, programas y proyectos aquí previstos, en articulación con los respectivos planes de ordenamiento territorial.

A continuación se relacionan algunas situaciones que se pueden presentar en el proceso de articulación de los lineamientos departamentales derivados del Plan de Desarrollo Departamental de Turismo y las decisiones locales sobre ordenamiento territorial. Se incluye una descripción del procedimiento administrativo que se debe generar en cada caso, para orientar la viabilidad de los programas y proyectos del PDDT, desde el ordenamiento territorial municipal:

1. Cuando las decisiones del Plan de desarrollo turístico definen proyectos que se localizan o tienen influencia sobre los suelos de protección ambiental de carácter regional, departamental o municipal; o en áreas de conservación arquitectónica y cultural:

De conformidad con la jerarquía normativa establecida en el artículo 10 de la Ley 388 de 1997, los planes de ordenamiento territorial deberán tener en cuenta las siguientes

determinantes que constituyen normas de superior jerarquía en sus propios ámbitos de competencia, de acuerdo con la Constitución y las leyes:

a. Las relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente, los recursos naturales la prevención de amenazas y riesgos naturales[50].

b. Las políticas, directrices y regulaciones sobre conservación, preservación y uso de las áreas e inmuebles consideradas como patrimonio cultural de la Nación y de los departamentos, incluyendo el histórico, artístico y arquitectónico, de conformidad con la legislación correspondiente.

c. El señalamiento y localización de las infraestructuras básicas relativas a la red vial nacional y regional, puertos y aeropuertos, sistemas de abastecimiento de agua, saneamiento y suministro de energía, así como las directrices de ordenamientos para sus áreas de influencia.

d. Los componentes de ordenamiento territorial de los planes integrales de desarrollo metropolitano, en cuanto se refieran a hechos metropolitanos, así como las normas generales que establezcan los objetivos y criterios definidos por las áreas metropolitanas en los asuntos de ordenamiento del territorio municipal, de conformidad con lo dispuesto por la Ley128 de 1994 y la presente Ley.

[50]Son determinantes ambientales, en los términos señalados en el artículo 10 de la Ley 388 de 1997, las siguientes: a) Las directrices, normas y reglamentos expedidos en ejercicio de sus respectivas facultades legales, por las entidades delSistema Nacional Ambiental, en los aspectos relacionados con el ordenamiento espacial del territorio, de acuerdo con la Ley 99 de 1993 y el Código de Recursos Naturales, tales como las limitaciones derivadas de estatuto de zonificación de uso adecuado del territorio y las regulaciones nacionales sobre uso del suelo en lo concerniente exclusivamente a sus aspectos ambientales; b) Las regulaciones sobre conservación, preservación, uso y manejo del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, en las zonas marinas y costeras; las disposiciones producidas por la Corporación Autónoma Regional o la autoridad ambiental de la respectiva jurisdicción, en cuanto a la reserva, alindamiento, administración o sustracción de los distritos de manejo integrado, los distritos de conservación de suelos, las reservas forestales y parques naturales de carácter regional; las normas y directrices para el manejo de las cuencas hidrográficas expedidas por la Corporación Autónoma Regional o la autoridad ambiental de la respectiva jurisdicción; y las directrices y normas expedidas por las autoridades ambientales para la conservación de las áreas de especial importancia ecosistémica; c) Las disposiciones que reglamentan el uso y funcionamiento de las áreas que integran el sistema de parques nacionales naturales y las reservas forestales nacionales: d) Las políticas, directrices y regulaciones sobre prevención de amenazas y riesgos naturales, el señalamiento y localización de las áreas de riesgo para asentamientos humanos, así como las estrategias de manejo de zonas expuestas a amenazas y riesgos naturales.

2. Cuando los proyectos asociados a infraestructura o equipamientos de soporte al turismo no puedan localizarse en los suelos identificados por el PDDT, por condiciones de la clasificación del suelo dada en el POT y/o los impactos que estos generan en términos ambientales, sociales o urbanísticos:

El fortalecimiento de la actividad turística sobre corredores de movilidad regional (terrestre, fluvial y/o aérea), atrae dinámicas de población en busca de mejores condiciones económicas y de empleo, lo que genera nuevos asentamientos humanos (con densidades habitacionales mayores a las contempladas para el suelo rural) y concentración de actividades de comercio y servicios asociados al turismo.

Cuando se trata de suelos rurales, se debe considerar, el Decreto Nacional 3600 de 2007, por medio del cual se dictan lineamientos de ordenamiento rural, restringe la localización de tales actividades a los corredores regionales de comercio y servicios o las áreas suburbanas determinadas en el POT; por lo tanto, la viabilidad de un proyecto en esta situación, requiere que el municipio emprenda un proceso de revisión y ajuste del plan de ordenamiento territorial.[51]

[51]De conformidad con lo previsto en los artículos 5 y 6 del Decreto 4002 de 2004, la revisión de los planes de ordenamiento territorial se podrá adelantar en los siguientes casos:

- Revisión y ajuste por vencimiento del término de vigencia de los contenidos de largo, mediano o corto plazo de los Planes de Ordenamiento Territorial, según lo establecido en dichos planes.
- Revisión del Plan o de alguno de sus contenidos por razones de excepcional interés público, o de fuerza mayor o caso fortuito: a) La declaratoria de desastre o calamidad pública (…) b) Los resultados de estudios técnicos detallados sobre amenazas, riesgos y vulnerabilidad (…)
- Modificación excepcional de normas urbanísticas de carácter estructural o general del Plan de Ordenamiento Territorial, que tengan por objeto asegurar la consecución de los objetivos y estrategias territoriales de largo y mediano plazo definidas en los componentes General y Urbano del Plan de Ordenamiento Territorial.

En aplicación de las normas anteriormente citadas, cualquier modificación o ajuste a POT debe estar sustentada en estudios técnicos, parámetros e indicadores de seguimiento debidamente sustentados. De la misma forma debe cumplir a cabalidad con las instancias de concertación y consulta, y los procedimientos previstos para su adopción previstos en los artículos 24 y 25 de laley 388 de 1997 y presentar como mínimo los documentos exigidos en el artículo 9 del decreto 4002 de 2004.

3. Si las normas urbanísticas sobre usos y edificabilidad no viabilizan la localización del proyecto propuesto en el PDDT:

Cuando se trata de proyectos que no tienen conflictos frente a las condiciones de clasificación del suelo, pero que las decisiones sobre usos y edificabilidad dados en el POT no viabilizan su desarrollo, se debe emprender un proceso de modificación excepcional de normas urbanísticas, en los términos establecidos en el artículo 6 del Decreto Nacional 4002 de 2004, con el fin de garantizar la consecución de objetivos y estrategias territoriales contenidas en el POT.

Como ya fue mencionado, este tipo de modificación debe estar sustentado en estudios técnicos y parámetros e indicadores de seguimiento debidamente sustentados, a fin de mostrar los beneficios en la consolidación del modelo de ordenamiento y/u objetivos de desarrollo económico, social o ambiental definidos en el POT.

4. Cuando los proyectos derivados del PDDT, requieren la definición de los sistemas urbanos o rurales de movilidad, espacio público y equipamientos o cambios en ellos:

Para emprender los ajustes requeridos en el POT para viabilizar el proyecto con respecto a la priorización de acciones e instrumentos de gestión y financiación para determinar sistemas estructurantes de movilidad, espacio público y equipamientos, se podrá emprender un estudio técnico sectorial como Plan Maestro o Plan de Manejo que permita justificar los cambios a normas urbanísticas que se deben realizar en un proceso de modificación de normas urbanísticas respecto a estos elementos.

5. Si la priorización de proyectos y acciones derivadas del PDDT implica cambios en el programa de ejecución del Plan de Ordenamiento Territorial:

Mediante el Plan de Desarrollo Municipal se pueden emprender los ajustes en la priorización del programa de ejecución del POT, justificando las acciones sobre el territorio en articulación con la planeación socio-económica y espacial incluida en el Plan de Desarrollo Departamental de Turismo.

6. Cuando la ejecución del proyecto derivado del PDDT se debe adelantar como un proyecto urbanístico integral, para lo cual es necesario definir los procedimientos para la operatividad de los instrumentos de planeamiento, gestión y/o financiación

necesarios para su implementación, pero el municipio no cuenta con la capacidad administrativa para hacerlo.

La Gobernación, a través de la Secretaría de Planeación Departamental, debe emprender procesos de asistencia técnica para fortalecer las capacidades locales en la toma de decisiones para la viabilización de los programas y proyectos derivados del PDDT. La dirección de asistencia técnica en ordenamiento territorial tiene competencias en los temas específicos para la puesta en marcha de operaciones urbanas integrales derivadas del PDDT.

PROYECTOS Y SUBPROYECTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CON IMPLICACIONES EN EL TERRITORIO.

Ambientales

Parque ambiental y turístico Termales de Tajumbina

Descripción

Proyecto para realizar el desarrollo de infraestructuras de servicios en suelo rural ubicado en el municipio de La Cruz, corregimiento de Tajumbina. El objeto es ofrecer al turista servicios (alojamiento, alimentación, educación, salud) en los termales de Tajumbina para el desarrollo de actividades de ecoturismo.

Articulación con el plan de ordenamiento

En el EOT del municipio de La Cruz se enmarca la región de Tajumbina como una zona aledaña al volcán Doña Juana, que posee una riqueza acuífera relevante, reflejada en las cascadas de agua dulce y aguas termales. Se reconoce la existencia de los baños termales de uso medicinal, razón por la cual Tajumbina se ha convertido en uno de los sitios turísticos preferidos en la zona norte del Departamento de Nariño, donde además se puede disfrutar de caminatas ecológicas y recreativas.

Las normas urbanísticas establecidas en el EOT para el suelo rural de este centro poblado se precisan a continuación:

- Se permitirá el uso del área de actividad residencial urbana, siempre y cuando la densidad para nuevos desarrollos urbanísticos no exceda las 25 viviendas por hectárea, para los sectores consolidados y proyectos puntuales será deber de la administración municipal a través de la Secretaria de Planeación Municipal, definición de una reglamentación obedeciendo a los parámetros generales existentes como la tipología de vivienda.

- El índice de ocupación para cualquier tipo de proyecto individual o de Desarrollos Urbanístico será máximo del 60% que corresponderá a un 60% del total de lote al área construida y un 40 % a áreas libres destinadas a zonas verdes.

- El máximo de alturas para las construcciones de los centros poblados será de dos pisos. Para los loteos, el área mínima por lote será de 200m2 y la totalidad del lote cumplirá con un 60% de áreas de cesión que se destinarán a vías, zonas verdes y equipamiento.

En este sentido, y dado el reconocimiento de un área ambiental sensible, se recomienda que en las revisiones que se realicen al EOT de La Cruz, se contemple una normatividad más precisa para la zona, buscando preservar áreas de bosque, zonas de ocupación de cauce, entre otros que aporten a la consolidación de un municipio verde que propone el mismo Esquema. Asimismo, se sugiere dar un mayor reconocimiento dentro de los usos establecidos en el EOT a los servicios turísticos complementarios de los termales.

De otra parte, la zona aparece en dos proyectos del EOT, que se mencionan a continuación:

1. Plan de manejo de las microcuencas (Tajumbina, las Ánimas, Mochingoy, San Gerardo, Alto Sano o Dantas, Jalisco, Cuaicanes, El Carrizal). Con un tiempo de ejecución previsto de 6 años, se propone diseñar e implementar un verdadero ordenamiento de los aspectos físico bióticos de cada unidad fisiográfica, en donde se analicen todos sus problemas y se dé respuesta con alternativas de tipo técnico, económico, social y funcional – espacial para elevar y mejorar el nivel de vida de cada familia en el municipio.

2. Generación de energía no convencional en el corregimiento de Tajumbina: en un horizonte temporal de 2 años se espera adelantar estudios que permitan identificar y explorar sitios potenciales, que conduzcan a obtener pronósticos sobre la energía geotérmica, analizando específicamente la geología de la zona de influencia del Volcán Doña Juana tomando como punto de referencia las aguas termales de Tajumbina.

Con base en lo anterior, se sugiere que a través de gestión ante las autoridades municipales, se logre enriquecer la perspectiva de estos proyectos articulándolos a la vocación turística de la zona de termales, de manera que la preservación de la cuenca y otras posibilidades de explotación de recursos, consideren la coexistencia de servicios turísticos y reglamenten su existencia.

Impactos

Los proyectos de construcción de infraestructuras de servicios en suelos rurales o de protección ambiental pueden generar impactos como los que se listan a continuación:

- Aumento del volumen de residuos sólidos: La ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.

- Aumento del volumen de ruido: La ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.

- Contaminación de recursos hídricos: La ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria) que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.

- Pérdida de flora y fauna nativa: La ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.

- Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- No generar fragmentaciones con la infraestructura en el ecosistema de Bosque muy húmedo, montano seco que se encuentra presente en la zona. En todo caso se deben buscar zonas aledañas o periféricas al ecosistema principal para evitar impactarlo.

- Se debe buscar una integración de la infraestructura con el entorno natural o rural.

- Definir de manera puntual el tipo de servicio que se va a prestar, ya sea de actividades económicas (alojamiento, alimentación, convenciones) o colectivas (educación, investigación, atención en salud, culto). En todo caso, evitar altas aglomeraciones de personas con el servicio que se presta, definiendo en cada caso unos topes máximos de atención simultánea.

- Definición de las áreas mínimas de suelo de intervención. El manual de estándares urbanísticos del Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial, recomienda que para suelos rurales no se desarrollen intervenciones en áreas inferiores a 2 ha para garantizar las cesiones de suelo necesarias para el soporte de la actividad.

- Según las recomendaciones del manual de estándares urbanísticos del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, en suelo rural el índice máximo de ocupación será de 0.3 y el índice máximo de construcción será de 0.5. Se recomienda articular estos índices a los propuestos en futuros instrumentos de ordenamiento o revisiones del vigente.

- En la construcción de la infraestructura se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

- Tener en cuenta los cauces del río Tajumbina y sus comportamientos según con las temporadas de creciente, para preservar las zonas de ocupación del río y evitar la construcción de infraestructuras privadas o colectivas.

Centro recreacional temático agroambiental de San Pablo.

Descripción

Proyecto para realizar la construcción de infraestructuras en suelo rural ubicado en el municipio de San Pablo. El objeto es ofrecer al turista servicios complementarios para el desarrollo de actividades agroturísticas a partir del producto de fincas cafeteras.

Relación con el plan de ordenamiento

La propuesta de construir el centro recreacional temático agroambiental de San Pablo debe enmarcarse en las disposiciones que para el suelo rural hace el EOT, donde se identifica la posibilidad de desarrollar áreas de desarrollo ecoturístico y recreacional. Según el artículo 244 de dicho instrumento, estas áreas corresponden a zonas para protección y recuperación ambiental ya que presentan alta fragilidad ecológica y tienen como uso complementario y restringido el ecoturismo y la recreación. En este caso se le da prioridad al manejo como zonas de protección por ser consideradas como áreas de gran interés ambiental para el municipio. Dentro de esta unidad se encuentran: Quebrada La Brisa, Bateros, el embalse del Río Mayo, Cerro Campana y El Púlpito.

Igualmente, el EOT hace la siguiente clasificación de los impactos del uso recreativo, sin entrar a detallar dentro de los casos contemplados, el tipo de equipamiento recreativo que constituiría el parque temático propuesto.

ALTO **A**	Espacios consolidados construidos como estadios, coliseos, centros deportivos cerrados de gran área física.
MEDIO **M**	Polideportivos y parque que congreguen gran cantidad de gente, son a cielo abierto. Cancha de chaza. Etc.
BAJO **B**	Espacio público utilizado para recreación y actividades lúdicas que por estar en ciertas zonas barriales solo son para esa población y no congregan cantidades significantes de población, canchas y parques de barrio.

Por ello, es indispensable que en el proceso de revisión del EOT de San Pablo, se especifiquen de manera clara los impactos que pueden generar los usos turísticos en la categoría de uso del suelo recreativo de manera que se incluyan disposiciones tendientes a mitigar dichos impactos y a generar condiciones apropiadas para potenciar la actividad turística en las fincas cafeteras.

Con todo, en los proyectos del EOT se contempla el denominado Propuesta del complejo recreativo, cultural y deportivo de la zona de expansión, que podría generar puntos directos de conexión con la iniciativa presentada en el presente documento. En el EOT, dicho proyecto contempla los siguientes elementos:

- Zona verde manzana 19.
- Propuesta de Cancha múltiple manzana 76.
- Área recreativa y de aislamiento verde de la zona de expansión.
- Propuesta complejo turístico y recreativo manzana 88.
- Propuesta de parque y plazoleta manzanas 52 y 53.
- Zona verde y de protección manzana 85.
- Propuesta plazoleta manzana 74.
- Propuesta de mirador, remate de la calle 4, ubicación sur oriente.
- Espacio de zona verde o jardín manzana 50.
- Parque y miradores manzanas 49 y 61.
- Mirador remate de la Carrera 4, ubicación nor-oriente.
- Plazoletas y áreas de permanencia del pasaje mirador en manzana 48.
- Plazoleta mirador área de Casa posada. Manzana 12.
- Área de zona verde y jardín manzana 77, antiguo mercado de animales.
- Área de protección zona verde manzana 79.
- Área de protección del río Mayo, manzanas 72, 73, 76, 62 y 75.

Sería importante identificar cuáles de los componentes de ambos proyectos encuentran afinidad, tratando de articular esfuerzos y logrando incluir una iniciativa unificada en la revisión del EOT.

Impactos

Los proyectos de construcción de infraestructuras de servicios en suelos rurales pueden generar impactos como los que se listan a continuación:

- Aumento del volumen de residuos sólidos: La ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.

- Aumento del volumen de ruido: La ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando prácticas culturales y ecosistemas existentes en los territorios.

- Contaminación de recursos hídricos: La ejecución de proyectos puede generar contaminación sobre recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria) que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.

- Pérdida de flora y fauna nativa: La ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la perdida flora y fauna nativa.

- Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

- Atracción de población y densificación constructiva de la zona: Producida por la posibilidad de ofrecer servicios complementarios a las actividades turísticas que se permitan en ciertas zonas donde anteriormente estaban limitadas.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

- No generar fragmentaciones de ecosistemas con la infraestructura. En todo caso se deben buscar zonas aledañas o periféricas al ecosistema principal para evitar impactarlo.

- Se debe buscar una integración de la infraestructura con el entorno natural o rural

- Definir de manera puntual el tipo de servicio que se va a prestar, ya sea de actividades económicas (alojamiento, alimentación, convenciones) o colectivas (educación, investigación, atención en salud, culto). En todo caso, evitar altas aglomeraciones de personas con el servicio que se presta, definiendo en cada caso unos topes máximos atención simultánea.

- Definición de las áreas mínimas de suelo de intervención. El manual de estándares urbanísticos del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, recomienda que para suelos rurales no se desarrollen intervenciones en áreas inferiores a 2 ha para garantizar las cesiones de suelo necesarias para el soporte de la actividad.

- En suelo de protección ambiental se debe evaluar el impacto sobre el ecosistema para establecer una dimensión máxima de intervención en cada caso.

- En suelo rural o de protección ambiental el índice máximo de ocupación será de 0.3 y el índice máximo de construcción será de 0.5, según las recomendaciones del manual de estándares urbanísticos del Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial.

- En la construcción de la infraestructura se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

Propuesta de ordenamiento turístico y desarrollo de las zonas de playa para el fortalecimiento de actividades de turismo de sol y playa en Tumaco y Sanquianga

Descripción

El proyecto busca definir la capacidad de carga y límites de las líneas de playa, identificando las necesidades de infraestructura y dotación que existan en ellas y las posibles actividades a realizar en los atractivos señalados. Se espera que a partir de dicha intervención se logre la certificación de las playas del Morro y Bocagrande.

Relación con el plan de ordenamiento

En los instrumentos de ordenamiento de Tumaco, la presencia de las playas principalmente está asociada al tema de espacio público, ya que se considera que éste puede ser construido o natural. En ese sentido, se entiende que existen diferentes niveles de espacio público, ubicándose en los elementos del nivel estructural o de influencia general, nacional, departamental, metropolitana, municipal, o distrital o de ciudad. Todas las zonas de bajamar por su valor turístico podrían calificarse como de orden nacional.

Según el POT, las playas turísticas se constituyen en parte integrante del perímetro urbano actual; son espacios públicos para la recreación de los habitantes de Tumaco y de otras partes de la región y del país. Entre las playas más visitadas se encuentran El Bajito en la isla La Viciosa, la cual conserva algo de bosque. Tal vez su función ambiental principal es que sirve de barrera de protección anti tsunami para una parte de la isla de El Morro y la isla de Tumaco (según el posible ángulo de incidencia de la ola)

Las playas de la isla de El Morro también se establecen como áreas de interés ambiental, con playas de gran extensión, uno de los atractivos de este sitio es la formación rocosa con un arco natural, donde se encuentran las llamadas cuevas de Morgan. La pequeña loma de fuertes pendientes posee un faro y su vegetación natural se mantiene sin mayor intervención.

Aunque el valor de las playas es evidente en el ordenamiento territorial de Tumaco, se mencionan solo de manera esquemática los usos permitidos en las zonas de playa, ya

que al pertenecer al casco urbano, presentan menores limitaciones que otras zonas de interés ambiental ubicadas en zonas rurales. Por lo anterior, sería importante que de cara a futuras revisiones del POT se puedan precisar los usos y restricciones que existen en las zonas de playa.

En cuanto a los proyectos que se refieren al tratamiento de las playas en la ejecución del POT vigente, se pueden mencionar principalmente tres iniciativas que revelan lo estratégico que resulta para el municipio la posibilidad de potenciar su uso turístico, estos proyectos son:

- Construcción del Malecón del Currulao: se espera superar la concentración de la oferta de playas y parques urbanos que actualmente se ubica en la Isla de El Morro y en el Bajito, y reduce la posibilidad de atender a la población existente en la totalidad del municipio.

- Construcción de nuevos parque urbanos: El casco actual de Tumaco se propone tener como nuevos espacios públicos las playas recuperadas dentro de las cuales se incluyen: el Parque Ecoturístico El Morro, Reserva Municipal El Manglar de Tumaco, Complejo Deportivo Tumaco, Parque Temático y Jardín Botánico, Parque Recreacional y Deportivo Ciudadela y la zona identificada dentro del Plan de Ordenamiento Territorial como el Malecón del Currulao.

- Consolidación de la zona turística a través de la formulación de un plan turístico, incluyendo tres planes parciales en aspectos de etno y ecoturismo, de servicios públicos y obras de mitigación de riesgos naturales y antrópicos; en ellos se debe consolidar esta isla como un atractivo turístico regional y nacional. Contempla el ordenamiento de las islas de: El Morro, Bocagrande, las playas de Terán y Pasacaballos con un énfasis en ecoturismo. Se contempla la realización de obras de protección contra tsunami, licuación y sismo y la construcción de jarillones de protección. Se busca construir un puerto turístico, escenarios culturales y deportivos e implementar una zona de etnoturismo en los manglares. Asimismo, se espera implementar instrumentos de gestión del suelo y de reparto de cargas y beneficios para que la industria hotelera y los propietarios de la isla contribuyan a financiar las

obras públicas previstas en materia de servicios públicos, vías, escenarios culturales, conservación ambiental, puerto turístico y obras de mitigación de riesgos.52

Lo anterior muestra que la generación de turismo de calidad en las zonas de playa es una prioridad para la proyección a futuro de Tumaco. Convendría entonces hacer un balance de los elementos avanzados de los proyectos mencionados, de manera que los pendientes logren articularse con los propuestos en el presente documento y jalonen recursos y esfuerzos de manera mancomunada.

Impactos

Intensificar los usos turísticos de las playas acarrea impactos como los que se describen a continuación:

- Aparición de fuentes puntuales de contaminación que puedan generar impactos en las áreas adyacentes a la playa.

- Comercialización o consumo de especies o productos de flora y fauna vedados por la ley, desarrollo de actividades encaminadas a la colección y tráfico de especies animales o vegetales que no cuenten con los permisos otorgadas por las autoridades ambientales competentes.

- Salida y extracción de arena fuera del ecosistema marino costero.

- Proliferación de impactos atmosféricos, visuales y auditivos dentro del área de influencia directa de la playa, ocasionados por la presencia de comercio informal y servicios turísticos complementarios.

- El abastecimiento de combustible, mantenimiento y limpieza de los equipos motorizados puede generar afectaciones en el recurso hídrico y en los ecosistemas que habitan en él.

[52]El Plan de Ordenamiento Territorial 2008 – 2019 del municipio de Tumaco, Territorio Empresarial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Colombia, fue aprobado y adoptado mediante Acuerdo Municipal No 003 de Febrero 23 de 2008.

- Cambios en los usos tradicionales de la playa por parte de los lugareños, posibilidades de privatización del espacio público para el aprovechamiento económico del mismo.

- Sobrecarga de la capacidad de la playa y desbordamiento de los espacios establecidos para parqueo, para bañistas, para usos comerciales, entre otros.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para fortalecer el producto de playas en Tumaco y lograr su certificación como producto de calidad turística, es indispensable tener en cuenta los lineamientos propuestos por la Norma Técnica Sectorial Colombiana ICONTEC para los destinos turísticos de playa. (NTSTS-001-1) Las principales recomendaciones en términos de ordenamiento territorial parten de la necesidad de delimitar el área geográfica objeto de intervención, utilizando la cartografía básica oficial y la cartografía náutica oficial a una escala que permita un detalle apropiado para efectos de la aplicación de la misma.

Igualmente, se establece que para la certificación deben cumplirse los requerimientos en términos de calidad de agua del mar, vertimientos, calidad del material constitutivo de la playa, manejo de residuos sólidos, manejo y conservación de ecosistemas marinos y uso eficiente del agua. De la misma manera, deben realizarse planes para facilitar la accesibilidad a la zona, de manera que se haga posible la conectividad con el resto de la ciudad y no se generen conflictos en las temporadas de mayor afluencia de turistas. Esto incluye el desarrollo de programas de señalización vial y campañas de prevención de accidentalidad.

Además, se establece que para su ordenamiento, la zona de playa debe delimitar diferentes zonas como se describe a continuación:

a) Zona de servicios turísticos: Franja inmediata y paralela a la zona de transición, ubicada en zona de material consolidado destinada al uso comercial y de servicios supeditada a que el área y espacio disponible lo permitan, según sea aplicable.

b) Zona del sistema de enlace y articulación del espacio público: Franja inmediata y paralela a la zona de servicios turísticos, en suelo no consolidado, tierra adentro, que

se extenderá hasta el lugar donde se presenta un marcado cambio en el material, forma o fisiografía o hasta donde se inicie la línea de vegetación permanente, límite físico de las playas.

c) Zona de transición. Franja inmediata y paralela a la zona de reposo, en suelo no consolidado, tierra adentro. Existe solo si las condiciones y dimensiones de la playa lo permiten. En esta zona solo se permiten actividades temporales, deportivas y culturales y está supeditada a que el área y espacio disponible lo permitan. Se pueden instalar mobiliarios removibles que faciliten la práctica deportiva y la realización de eventos turísticos, deportivos, recreativos y culturales.

d) Zona de reposo. Franja inmediata y paralela a la zona activa, en suelo no consolidado, tierra adentro. Dedicada al reposo de los bañistas, exclusivamente. Se permitirá mobiliario apto para la comodidad, seguridad y descanso de los bañistas.

e) Zona activa. Franja de arena más próxima a la orilla de la playa, en suelo no consolidado, tierra adentro. Dedicada para la circulación de los bañistas, exclusivamente. Esta zona debe permanecer libre en toda su longitud para favorecer la cómoda inmersión y la circulación longitudinal de los bañistas.

f) Zona de bañistas. Franja inmediata y paralela a la zona activa, que se inicia desde la línea de márea más alta sobre la playa, hasta el límite en distancia y profundidad, mar adentro, que garantice la seguridad de los bañistas. Dedicada exclusivamente para nado y permanencia de los bañistas dentro del mar. En el destino turístico de playa debe delimitar y sustentar las extensiones asignadas a esta zona, de manera que se garantice la seguridad de los bañistas, teniendo en cuenta las condiciones propias de cada playa tales como profundidad, longitud, ecosistemas marino-costeros, corrientes, obras de ingeniería oceánica, artefactos hundidos, entre otros. Debe estar delimitada por boyas.

g) Zona para deportes náuticos. Franja inmediata y paralela a la zona de bañistas, mar adentro, destinado para la práctica de actividades acuáticas donde el usuario tiene contacto permanente con el agua, tales como motonáutica, gusanos, surfing, kayak, buceo a pulmón, buceo autónomo, entre otros. En el destino turístico de playa se deben definir los deportes náuticos que se pueden practicar en esta zona, teniendo en cuenta las condiciones propias de cada playa, tales como profundidad, longitud,

ecosistemas marino-costeros, corrientes, obras de ingeniería costera, artefactos hundidos, tipo de equipos de la práctica deportiva (con motor y sin motor), entre otros, de manera que se garantice la seguridad de los usuarios. Debe estar delimitada por boyas.

h) Zona para tránsito de embarcaciones. Franja inmediata y paralela a la zona de deportes náuticos, mar adentro, destinada para el tránsito de embarcaciones. No se permite el uso de esta zona por parte de bañistas, ni la práctica de deportes náuticos.

Biodiversidad para cuidar y disfrutar

Descripción

Este proyecto incluye diferentes iniciativas como la definición con la Unidad de Parques Nacionales de los servicios turísticos que se podrían prestar a corto plazo y la adecuación infraestructura necesaria para ello en las zonas de especial protección ambiental. Se contempla además el acompañamiento al Resguardo del Gran Cumbal para el diseño de un producto de naturaleza sostenible, la estructuración del producto de avistamiento de aves en el pie de monte costero y en la costa y otros proyectos similares.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de intervención del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Impactos

La reglamentación de zonas de protección ambiental puede tener dos objetivos y cada uno de ellos tiene impactos diferenciados. De un lado, puede buscar la recuperación de zonas ambientales ocupadas, con el fin de preservarlas y generar usos turísticos controlados. En ese caso, pueden preverse impactos como los que se enumeran a continuación:

Pérdida de la propiedad: es posible que en el proceso de adquisición del suelo para los proyectos, la población propietaria y poseedora quede sin ninguna opción frente a una actuación del Estado, perdiendo su condición de titularidad. Igualmente es posible que la indemnización recibida no sea suficiente para adquirir otra propiedad.

- Pérdida de inversiones en infraestructura: es un impacto que se produce por la pérdida de mejoras hechas a la vivienda o el traslado de las actividades económicas permanentes en las cuales se han realizado inversiones para su adecuado funcionamiento.

- Pérdida de productividad de la vivienda: en el caso que los hogares tengan unidades productivas en la vivienda, el reasentamiento para la ejecución del proyecto puede afectar drásticamente las redes económicas para la producción o comercialización de bienes y servicios.

- Disminución de ingresos familiares: La afectación en la fuente de ingresos por actividad económica produce la disminución de ingresos familiares. La disminución del ingreso puede llegar a ser un impacto severo si no se implementan medidas adecuadas para la restitución de sus fuentes y generar otros impactos a largo plazo como la pérdida del inmueble o vivienda al no tener ingresos suficientes para su mantenimiento y sostenibilidad.

En otro escenario, la reglamentación de zonas ambientales puede buscar el levantamiento de restricciones en el uso de las mismas, situación que acarrearía impactos como los siguientes:

- Afectación de recursos hídricos: Permitir la existencia de ciertos usos en zonas aledaños a recursos hídricos puede afectar su cauce, sus niveles de contaminación y su caudal.

- Pérdida de flora y fauna nativa: Pueden generarse alteraciones de ecosistemas completos, produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.

- Atracción de población y densificación constructiva de la zona: Producida por la posibilidad de ofrecer servicios complementarios a las actividades turísticas que se permitan en ciertas zonas donde anteriormente estaban limitadas.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para una reglamentación adecuada de un suelo de protección ambiental que no restrinja las actividades eco turísticas, se debe generar una definición precisa de usos principales, complementarios, restringidos y prohibidos, de acuerdo con la siguiente información.

Santuarios de Flora y Fauna	
Uso principal	Conservación de fauna con énfasis en especies endémicas y en peligro de extinción, investigación biológica y ecológica, educación ambiental.
Uso compatible	Repoblamiento con especies propias del territorio, rehabilitación ecológica, forestal protector, recreación pasiva, investigación biológica y ecológica. Ecoturismo
Uso Restringido	Usos restringidos para infraestructuras de servicios de educación ambiental, investigación y alojamiento en cabañas

Diseño de producto de las reservas naturales de La Cocha

Descripción

Proyecto para identificar los elementos que se deben adecuar para optimizar el atractivo turístico reservas naturales de La Cocha, ubicado en suelo de protección ambiental o rural del municipio de Pasto, corregimiento de El Encano. El objeto es ofrecer al turista la posibilidad de realizar recorridos que le permitan el disfrute del paisaje y la valoración de sus atributos físicos y naturales en condiciones de seguridad y confort.

Relación con el plan de ordenamiento

En el POT de Pasto se establece que la planeación para cabeceras y centros poblados que no se encuentren afectados por amenazas no mitigables, se hará mediante Unidades de Planificación Rural, las cuales podrán ser formuladas por la Secretaría de Planeación Municipal o por la comunidad y serán adoptadas previa concertación de los asuntos ambientales con la autoridad ambiental competente mediante decreto municipal. Una de las cabeceras de corregimiento identificadas es la de la zona de El

Encano, en donde se ubica la laguna La Cocha. Esta zona se continúa trabajando como una cabecera de corregimiento, aún no se ha formulado como UPR, por lo cual no se encuentra desarrollado en detalle el esquema de ordenamiento de la zona. Es de vital importancia para el desarrollo de actividades turísticas que no entren en detrimento de la riqueza ambiental de la zona, que se genere reglamentación a nivel de UPR en la zona de El Encano, de manera que haya un nivel más puntual de seguimiento a compromisos y obligaciones ambientales.

De acuerdo con lo anterior, la zona de La Cocha hace parte del suelo rural del municipio, que tiene permitido el uso turístico, ya que está destinado para el desarrollo de actividades turísticas con énfasis en educación ambiental e investigación tales como ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, áreas de camping y turismo de deporte extremo. Estos servicios se pueden desarrollar en el suelo rural, de acuerdo con las normas sobre usos y tratamientos adoptadas en el POTo en la unidad de planificación rural, previo concepto favorable sobre la capacidad de carga del ecosistema emitido por Corponariño.

Igualmente, se establece que el Santuario de Flora Isla La Corota es un área de conservación y protección ambiental, que restringe el resto de usos existentes.

Por último, el POT incluye el área de La Cocha dentro de su plan de ejecución a través del proyecto Gestión para la construcción de la variante Pasto - El Encano -Santiago - San Francisco –Mocoa, con énfasis en movilidad. Por ello, es indispensable que la revisión realizada al POT precise proyectos para el fortalecimiento como destino turístico de La Cocha, desde el punto de vista de la conservación de los ecosistemas existentes, y desde el ámbito de la regulación puntual de los usos de la zona y el control de los servicios turísticos que de hecho se presentan.

Impactos

La implementación de este proyecto, que incluiría por ejemplo la adecuación de senderos, entre otros componentes, puede generar los siguientes impactos:

- Aumento del volumen de residuos sólidos: La ejecución de proyectos puede incrementar la producción de residuos sólidos, lo cual puede generar unos impactos

fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.

- Aumento del volumen de ruido: La ejecución de proyectos puede incrementar a niveles críticos el ruido, afectando ecosistemas existentes en los territorios.

- Pérdida de flora y fauna nativa: La ejecución de proyectos puede alterar ecosistemas completos, produciendo como impacto la perdida flora y fauna nativa.

- Pérdida de paisaje: en la ejecución de proyectos se pueden dar modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

- Proliferación de actividades comerciales informales en torno a la oferta de servicios turísticos.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

1. Definir con claridad un plan de movilidad, teniendo en cuenta accesos, salidas, puntos de observación y ejes principales y secundarios

2. Definir un plan de intervenciones sin afectar los intercambios hídricos y los drenajes necesarios del suelo.

3. En la construcción o adecuación de senderos se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

4. No generar fragmentaciones de ecosistemas con la infraestructura. En todo caso se deben buscar zonas aledañas o periféricas al ecosistema principal para evitar impactarlo.

5. Se debe buscar una integración de la infraestructura con el entorno natural.

6. Definir de manera puntual el tipo de servicio que se va a prestar, ya sea de actividades económicas (alojamiento, alimentación, convenciones) o colectivas (educación, investigación, atención en salud, culto). En todo caso, evitar altas aglomeraciones de personas con el servicio que se presta, definiendo en cada caso unos topes máximos atención simultánea.

7. En suelo de protección ambiental se debe evaluar el impacto sobre el ecosistema para establecer una dimensión máxima de intervención en cada caso.

8. En la construcción de obras de infraestructura se deben emplear tecnologías y materiales ambientalmente sostenibles, con estándares de seguridad y confort adecuados.

Accesibilidad y movilidad

Muelle turístico de La Cocha

Descripción

Proyecto para realizar la construcción de infraestructuras y equipamiento de movilidad tipo muelle la laguna La Cocha ubicada en el municipio de Pasto, en el corregimiento de El Encano. El objeto es ofrecer al turista la posibilidad de disfrutar de cuerpos hídricos de calidad ambiental como parte de actividades ecoturísticas.

Relación con el plan de ordenamiento

Además de la descripción que se hizo en el apartado destinado al proyecto sobre el atractivo de las reservas naturales de La Cocha, es preciso mencionar que el POT de Pasto precisa dentro de sus proyectos la construcción de muelles en la laguna. Esta actividad estaba prevista para desarrollarse en los años 2009, 2010 y 2011.

La existencia de este proyecto dentro del POT confirma la importancia que tiene para el municipio y la posibilidad de incluirse como prioridad en la revisión que se haga de dicho instrumento, de manera que tenga una mayor probabilidad de ejecución.

Impactos

La puesta en marcha de un muelle podría generar impactos sobre las dinámicas territoriales como los que se mencionan a continuación:

- Alteración de usos culturales y económicos de las zonas fluviales o marítimas afectadas, especialmente por parte de comunidades campesinas o étnicas.
- Proliferación de comercio y ventas informales en el espacio público incluido dentro del proyecto.
- Incremento de la percepción de inseguridad o de hechos delictivos en la zona aledaña al puerto debido a la presencia desordenada de comercio informal.
- Colapso en las vías que conducen al muelle o embarcadero y cuyo uso no estaba contemplado para dicho fin.
- Incompatibilidad de usos entorno al proyecto, pudiéndose encontrar usos residenciales que entrarían en conflicto con zonas de comercio intensivo.
- Aumento del volumen de residuos sólidos lo cual puede generar unos impactos fuertes sobre el ecosistema en la medida que no haya planes para la recolección, tratamiento y disposición de los mismos.
- Contaminación de recursos hídricos en la medida que se incrementen los usos urbanos (vivienda, comercio, servicios o industria) que hagan uso intensivo de los mismos y los viertan nuevamente sin un tratamiento adecuado.
- Pérdida de flora y fauna nativa, alterando ecosistemas completos y produciendo como impacto la pérdida flora y fauna nativa.
- Pérdida de paisaje generando modificaciones drásticas en los paisajes (naturales o artificiales) de cada territorio.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para el óptimo desarrollo de este proyecto se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos desde el punto de vista del ordenamiento del territorio:

1. Definición precisa en cartografía de la ronda hidráulica de propiedad pública, teniendo en cuenta la cota máxima de inundación del cuerpo hídrico en una medida de hasta 30 metros en una franja paralela o alrededor del cuerpo hídrico. Esta franja de suelo debe ser de propiedad pública y destinada al manejo hidráulico y restauración ecológica.

2. Definición precisa de una zona de amortiguación, o zona de manejo ambiental, contigua a la ronda hidráulica, destinada a usos de recreación pasiva que permitan una transición adecuada con usos urbanos o infraestructuras de movilidad o espacio público.

3. Generar planes de movilidad en la zona y de conectividad con las zonas centrales de la ciudad.

4. Establecer una reglamentación clara en cuanto a actividades permitidas en el espacio público.

5. Destinar zonas para el aparcadero de embarcaciones.

6. Desarrollar procesos constantes de socialización con la comunidad aledaña al proyecto, con usuarios y gremios relacionados con el uso económico de la Laguna, así como con autoridades locales de menor escala al nivel institucional que lidere la intervención.

Espacio público

Turismo accesible

Descripción

Proyecto que busca generar un diagnóstico sobre la accesibilidad de los atractivos turísticos del departamento, identificando las necesidades existentes al respecto y priorizando la posterior intervención de los atractivos.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de intervención del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Impactos

El amueblamiento de la ciudad para facilitar su accesibilidad a todas las personas, incluidas aquellas que tienen alguna discapacidad y los adultos mayores, puede generar costos excesivos en la medida en que implique la construcción de infraestructuras específicas que atiendan a las necesidades de grupos particulares.

Si el mobiliario urbano utilizado no se compone de materiales resistentes y aptos para la intemperie, pueden deteriorarse fácilmente o requerir mantenimiento continuo o muy especializado, lo que amenaza la sostenibilidad de las intervenciones en los espacios públicos.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

En general, las intervenciones dirigidas a mejorar la accesibilidad en la ciudad deben estar orientadas por el concepto de diseño universal referido a la construcción de espacios, infraestructuras y de mobiliario urbano, de manera que sirvan a la mayor cantidad posible de personas, sin necesidad de adaptarlos o diseñarlos de forma especial. Los principales principios de este tipo de diseño es la producción elementos

cuyo uso sea equiparable, flexible, simple e intuitivo, cuya información sea perceptible y que exija poco esfuerzo físico.

- De manera particular, para la construcción de elementos urbanos, es necesario tener en cuenta los estándares urbanísticos propuestos por el Ministerio de Vivienda, Ambiente y Desarrollo Territorial, en los cuales se establecen directrices que apuntan a mejorar su accesibilidad, como las siguientes:

- Los andenes deben ser continuos y a nivel, sin generar obstáculos con los predios colindantes, y deben ser tratados con materiales duros y antideslizantes en seco y en mojado. Para permitir la continuidad entre los andenes y/o senderos peatonales se dispondrán los elementos necesarios que superen los cambios de nivel en los cruces de calzadas, ciclorrutas y otros. En este caso se utilizarán vados, rampas, senderos escalonados, puentes y túneles. En los pasos peatonales los vados deben conectar directamente con la cebra y deberán eliminarse todos los elementos y estructuras que obstaculicen la continuidad de la franja peatonal. En andenes de ancho igual o superior a 1, 50m, sobre la superficie correspondiente a la franja de amueblamiento se debe diseñar y construir una guía de diferente textura que oriente a las personas invidentes o de baja visión.

- En los cruces a desnivel como túneles y puentes peatonales se debe contar con un sistema de acceso a rampas. Los puentes peatonales deben contar con un bordillo contenedor a lo largo de toda su extensión, y contar con elementos de protección como barandas y pasamanos.

Recuperación y mejoramiento del espacio público y la movilidad urbana para el turismo.

Descripción

Proyecto que prevé la recuperación y mejoramiento de los BIC existentes en la ciudad de Pasto, así como la concertación social para la recuperación del espacio público por parte de vendedores y automotores.

Relación con el plan de ordenamiento

En la actualidad, el Plan Especial de Manejo y Protección del Centro Histórico PEMP para la ciudad de Pasto, se encuentra aprobado mediante la resolución 0452 de 2012, por lo que se tomará como instrumento de referencia para este proyecto, ya que la mayor concentración de BIC se encuentra en la zona centro y a la vez es la reconocida por tener mayor afluencia turística.

En este sentido, el PEMP de Pasto reconoce el sistema de espacio público dentro del cual distingue: el espacio público del sistema estratégico de transporte, los recintos urbanos patrimoniales y los espacios de esparcimiento y encuentro, describiendo para cada caso los elementos constitutivos. El reconocimiento de este sistema permite identificar claramente los puntos cobijados por las disposiciones que hace el PEMP en cuanto a usos, lo cual debe ser una base fundamental para las intervenciones propuestas en el Plan de Desarrollo Turístico.

Igualmente, la cartografía del PEMP delimita puntualmente los sectores normativos, que corresponden a los tratamientos de conservación (del tejido central, de conjunto arquitectónico, contextual con ajuste arquitectónico) y Renovación urbana (de revitalización y de reactivación). Disposiciones que definen las posibilidades de actuación según la ubicación del bien a intervenir.

El PEMP además establece una serie de lineamientos para contribuir a la solución de los problemas de espacio público identificados en el centro histórico, los cuales son definitivos para el planteamiento de las actividades puntuales que surgen del presente Plan de desarrollo turístico, los principales son:

Creación de recorridos históricos y ambientales a partir de la implementación de los proyectos de recuperación paisajística y ambiental que se establecen en el artículo 59 del mismo PEMP.

Formulación y adopción de un manual de diseño de espacio público para el sector en el que se comprendan lineamientos para el diseño de andenes y mobiliario urbano.
Definición de un programa de saturación de redes eléctricas.

Igualmente, se establece un Programa de recuperación de los BIC nacionales y municipales inventariados en la zona, dando lineamientos para su mantenimiento preventivo, para la realización de estudios de vulnerabilidad y reforzamiento estructural y para la elaboración de proyectos integrales de restauración de edificios.

Impactos

Dado que este proyecto es general y apunta a dos objetivos como precisos, se explorarán los posibles impactos de cada una de estas dos dimensiones.

Por un lado, en el tema de la recuperación y mantenimiento del espacio público, debe considerarse que para el aprovechamiento económico del mismo se requiere la gran mayoría de veces de estructuras físicas (casetas, mesas, carteleras) que permitan el desarrollo de las actividades, por lo cual se tiene el riesgo de que no se destinen los espacios adecuados para ello y se generen conflictos de movilidad.

De manera puntual, frente a elementos del espacio público como andenes y vías peatonales, debe considerarse que la reconfiguración de los mismos debe ser siempre el resultado de análisis de dinámicas territoriales, es decir, de actividades que los rodean, flujos de movilidad o aspectos funcionales. La dimensión de los andenes determina también las posibilidades espaciales y de diseño que estos tienen. Cuando no se tienen en cuenta estas variables pueden generarse espacios que no permiten el flujo continuo de los peatones o que no responden a las necesidades del lugar.

Igualmente, la peatonalización de vías tiene que hacerse no como hechos aislados, sino a partir de análisis amplios de movilidad. En muchas ocasiones se peatonalizan vías que recuperan un sector determinado, pero se causan conflictos de movilidad que terminan impactando zonas más amplias que las mejoradas.

Otro de los riesgos que se tiene cuando se proyectan andenes o se peatonalizan vías, es que estos no se conciban con estándares de seguridad, es decir, que los materiales sean deslizables o que los niveles no sean visibles y puedan generar caídas. De la misma manera, muchas veces no se tienen en cuenta factores de accesibilidad de poblaciones en condición de discapacidad.

Las anteriores disposiciones, que se encuentran solo mencionadas de manera esquemática, pero que tienen un desarrollo preciso en el Documento Técnico de Soporte, generan un marco de acción específico para la realización de cualquier intervención en el espacio público o en los BIC de la ciudad, creando además una institucionalidad determinada que deberá formar parte de todas las iniciativas que se planteen en adelante para ejecutar sobre el centro de la ciudad de Pasto. Estos instrumentos servirán además para apalancar dichos proyectos y para darles la fuerza necesaria para lograr su inclusión en futuros planes de desarrollo.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

En acciones de mejoramiento y ampliación de andenes, así como de peatonalización de vías deben tenerse en cuenta los siguientes lineamientos:

- Se deben buscar texturas y niveles que permitan su lectura como una unidad y su recorrido en condiciones de seguridad (no deslizables) y accesibles.
- Debe propenderse porque su sección esté acorde con los flujos de usuarios, así como con las actividades que en ellos (lugares de permanencia, lugares de tránsito, áreas destinadas al aprovechamiento económico) y en las edificaciones aledañas (zonas comerciales, zonas residenciales, zonas de protección ambiental) se realicen.

- Las vías peatonales deben ser el resultado de estudios integrales de movilidad, y en lo posible estar localizadas estratégicamente, en puntos de gran actividad urbana, y que contribuyan a conectar espacios singulares del territorio.

- Deben ser el resultado de estudios del lugar, con base en los cuales se deben tomar decisiones funcionales y formales. La solución de andenes y vías peatonales de un lugar no necesariamente se adapta a cualquier otro.

Los lineamientos alrededor del aprovechamiento económico del espacio público son los siguientes:

La actividad puede tener lugar de manera permanente o transitoria.

En el caso que se destinen zonas para el aprovechamiento permanente, que requieran de mobiliario de soporte (casetas, carteleras, mesas), se debe procurar la unificación de diseño de estas estructuras, que deben ser resistentes, funcionales, y responder a las condiciones del lugar (por ejemplo si están en centros históricos, o en parques, o en andenes).

Si se trata de ventas permanentes deben asegurar que se asienten en lugares cuyas dimensiones permitan no sólo el desarrollo de esta actividad, sino también el paso fluido de los peatones y el funcionamiento de accesibilidad a las edificaciones aledañas.

La publicidad debe instalarse en lugares donde no se obstaculice la visibilidad ni la movilidad de peatones o vehículos, por ejemplo se puede usar el mobiliario urbano para su instalación.

- Es posible también que se destinen unas zonas de espacio público para que los establecimientos comerciales o de servicios extiendan su actividad en ciertas horas del día. en este sentido, se debe asegurar que se tengan las dimensiones adecuadas para que los espacios donde esto se permite (andenes, parques, plazas) sigan funcionando en óptimas condiciones.

- Se deben definir porcentajes sobre ventas o impuestos especiales para aquellas personas que se lucren del espacio público. Las reglas deben ser iguales para todos, lo que a su vez contribuye a generar incentivos para que sean los mismos comerciantes quienes regulan el buen uso del espacio público.

- Igualmente la adjudicación de los espacios para el aprovechamiento económico del espacio público, deben darse a partir de concursos o mecanismos que permitan la competencia transparente.

Otros

Asistencia técnica para el diseño y elaboración del componente turístico para los POT municipales

Descripción

El proyecto busca la identificación y articulación de los POT municipales, así como la evaluación de los componentes turísticos contemplados en los mismos y la realización de talleres especializados con funcionarios de los entes territoriales, para fortalecer la presencia de elementos turísticos armónicos en el ordenamiento municipal.

Relación con el plan de ordenamiento

Debido a que el nivel de intervención del proyecto no es preciso, no es posible establecer líneas directas de relación con los planes de ordenamiento de las entidades territoriales específicas.

Lineamientos desde el ordenamiento territorial

Para lograr la visibilidad del componente turístico en los POT, se sugiere una ruta crítica que contempla los siguientes pasos:

a. Análisis de los componentes existentes en POT que establezcan regulación ambiental, de espacio público, de equipamientos, de usos y tratamientos, referidos a zonas turísticas del municipio. Revisión por ejemplo de los contenidos con respecto a la identificación de BIC y la relación con las disposiciones del acto administrativo que lo declara.

b. Identificación, junto con agentes locales, de necesidades críticas o conflictos existentes en términos de ordenamiento territorial en zonas turísticas.

c. Generar una comparación entre lo existente en términos de normatividad y lo que faltaría regular en el POT con respecto a las zonas turísticas, tratando de identificar a través de qué instrumento pueden solventarse dichas necesidades, según el desarrollo turístico del municipio, la capacidad de gestión institucional, la cantidad de aliados que

se encuentren vinculados a las propuestas turísticas del municipio y otros criterios que resulten pertinentes. En este sentido, cada entidad tiene la opción de apostarle a la formulación de los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP) que son los instrumentos de planificación y gestión creados por la Ley de la Cultura53 para definir las acciones requeridas para proteger y garantizar la sostenibilidad de los Bienes de Interés Cultural54 (BIC), a la generación de instrumentos de planeación de segundo orden (como planes parciales o planes maestros) o al fortalecimiento de su POT con disposiciones turísticas más sólidas. Lo más recomendable para municipios pequeños con actividad turística incipiente es lograr el enriquecimiento de los instrumentos de planeación existentes con las temáticas identificadas como necesarias.

En cuanto a la normatividad que puede reforzarse en los POT para fortalecer el sector turístico, es preciso resaltar la reglamentación de usos del suelo en las principales zonas turísticas, estableciendo de manera puntual índices de ocupación, densidades permitidas, actividades restringidas, entre otros. Esto opera de manera especial para los centros históricos donde debe haber un levantamiento puntual de los BIC municipales y nacionales, estableciendo normas para su conservación.

En cuanto al plan de ejecución del POT, es preciso lograr la inclusión de proyectos que preparan al territorio para la actividad turística y lo acondicionen para que los impactos de la misma sean mitigados. Dentro de estos se encuentran iniciativas referidas a la conectividad vial, a la accesibilidad de los espacios urbanos, a la preservación de zonas ambientales protegidas, entre otros.

Finalmente, lo más importantes es lograr que estos proyectos se incluyan dentro de las plataformas políticas de las autoridades locales y se interioricen en las demandas de los ciudadanos, para que estos exijan su ejecución.

[53]Ley 397 de 1997, modificada por la Ley 1185 de 2008

[54] Los Bienes de Interés Cultural pueden ser del orden nacional, departamental o municipal. Los nacionales retoman los declarados como Monumentos Nacionales con anterioridad a la Ley 397 de 1997.

2.6 PERFILES DE PROYECTOS PRIORIZADOS

2.6.1 PROYECTO: CARNAVALES QUE PERDURAN EN EL AÑO

Descripción

El centenario y multitudinario Carnaval de Negros y Blancos es el evento más popular del sur occidente del país, y a pesar de que se celebra en Pasto, tiene repercusión en todo Nariño e incluso en departamentos cercanos y en el vecino Ecuador. La celebración es reconocida a nivel nacional y mencionada y recomendada incluso en guías de viajes internacionales, motivando el desplazamiento de la mayor cantidad de turistas que recibe el departamento en el año. Por lo tanto, constituye una gran oportunidad en la cual los viajeros pueden conocer los demás atractivos del departamento: lagunas, volcanes, gastronomía, artesanías y religión entre otros.

La festividad de carácter plenamente cultural, y que surge de tradiciones españolas, indígenas y afrodescendientes, fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. Cuenta por otra parte con gran cubrimiento nacional en medios masivos de comunicación, convirtiéndose en la mejor imagen y fuente de recordación de marca del departamento.

Una vez pasa el "ruido" generado por el evento, la actividad turística nariñense vuelve a su cotidianidad: recibiendo ocasionalmente viajeros de departamentos vecinos motivados principalmente por los atractivos de índole natural y religiosa. El hecho de lograr que los carnavales rompan su estacionalidad y se extiendan en el año, permitiría aprovecharlos como motor del turismo y como destino base para dar a conocer otros consolidados y/o nuevos productos.

Sin buscar comercializarlo, lo cual acabaría con su carácter popular y cultural, sí se pretende extender durante el año y a través de otras regiones geográficas del sur del país su influencia. De esta manera la marca del departamento permanecería mayor tiempo expuesta en medios: generando interés en nuevos mercados de viajeros, permitiendo el conocimiento de otros atractivos del departamento y permitiendo la consolidación y visualización de nuevos proyectos.

Objetivos

1. Incrementar la influencia regional (sur-occidente del país) del Carnaval.

De la misma forma que el evento ha tomado la fuerza para pasar de Pasto a buena parte del departamento, podría pasar a ser el carnaval del sur occidente del país. Mediante un modelo de "franquicia cultural" conseguiría ser implementado en el Cauca, en Putumayo y en Caquetá, departamentos carentes actualmente de un evento que los represente.

2. Integrar los actuales y potenciales proyectos turísticos de Nariño a la nueva dinámica del Carnaval.

Un carnaval con presencia regional y actividades que le permitan alargar su periodicidad, será el eje para impulsar todos los demás productos presentes en Nariño. Los destinos interesados, los operadores y tour operadores deberán estar coordinados entonces con los nuevos cronogramas y programas que busquen extender en el tiempo la festividad y/o trasladarla de su zona de influencia geográfica.

3. Consolidar y mejorar el ente administrador del carnaval, su museo y su gestión de merchandising.

Los logros y reconocimientos recibidos por el carnaval son producto de una adecuada gestión y dirección que debe ser apoyada. Por otra parte su museo, evidencia y recordatorio único de su origen, crecimiento y huella, está llamado a ser reestructurado y readecuado.

Finalmente, una eficiente tárea de merchandising permitiría la comercialización de artesanías, que a modo de suvenires con las figuras del carnaval, posibilitarían al viajero llevar consigo un "pedazo" de historia y arte a modo de evidencia de su asistencia.

Resultado final del proyecto

Se plantea como meta de este proyecto la realización de un plan estratégico de comunicación de alcance nacional e internacional diseñado a 2013. Así como la consolidación y establecimiento de un plan de actividades alrededor de los carnavales.

La primera parte de la meta se vislumbra para el 2013 dada el tiempo que tomaría su preparación, y se propone de carácter binacional dada la importancia comercial y cultural que representa Ecuador para el departamento. Será también de perfil estratégico dado que será organizado, puntual, objetivo, definido a futuro y se basará en análisis de fortalezas y oportunidades.

La segunda parte de la meta será el soporte del plan de mejoramiento y el punto de partida para lograr las desestacionalización de los Carnavales.

Fortalezas para emprender el proyecto.

Nariño es la única región del país donde llego el imperio Inca. Su cultura guarda estrecha relación con las tradiciones andinas propias de Bolivia, Ecuador, Perú y Chile. Estos pueblos dejaron huella en medicina, música, danzas, gastronomía y conocimientos ancestrales. Por otra parte, la actividad comercial del departamento se fundamenta en el hecho de ser puerta hacia el sur del continente a través de la Carretera Panamericana. Son miles los turistas que se desplazan vía terrestre a través de la frontera, siendo incluso más cercano, cómodo y seguro llegar de Pasto a Quito, que de Pasto a Bogotá. Estas razones hacen impensables la realización de una festividad de la envergadura del carnaval, sin incluir como mercado objetivo a la República del Ecuador.

Nariño posee uno de los principales baluartes de tipo religioso del país: El Santuario de las Lajas. Su geografía se encuentra bañada de lagunas y volcanes propios para actividades de naturaleza, descanso o investigación científica. Posee también riquezas culturales representadas en su gastronomía, su pasado colonial y sus artesanías. Estos recursos merecen ser convertidos en productos gracias a la utilización del carnaval como motor y vitrina permanente.

El carnaval es la festividad más importante del sur occidente del país, es una actividad netamente cultural que pretende llevar alegría y convivencia a cada rincón del departamento. Su tradición, origen multicultural y sus coloridos desfiles y figuras, atraen miles de turistas nacionales e internacionales, convirtiéndose en el principal atractivo del departamento. Son estas fortalezas las que están llamadas a ser mejor aprovechadas e integradas como elemento que jalone la economía turística de la región.

Es de importancia resaltar cómo un evento de la magnitud del arriba expuesto no solo cuenta con el reconocimiento de organizaciones internacionales y con la excepcional batuta de una organización que vela por su promoción y divulgación como es el caso de Corpocarnaval; sino que además hace parte de la visión al 2.020 expuesta por el Gobierno Nacional en su Plan Sectorial de Turismo 2.011-201455. Lo que da garantía y respaldo a cualquier iniciativa que se vislumbre en pro de su mejora.

Factores de riesgo.

- Falta de interés de por parte del sector privado en integrarse a las actividades del carnaval.
- Falta de colaboración por parte de los administradores del carnaval.
- Dificultades para la consecución de los recursos.
- Falta de colaboración por parte de la Gobernación.
- Respuesta negativa por parte del público objetivo.
- Sobresaturación del mensaje al intentar posicionar el evento todo el año.

Entidades que podrían vincularse al proyecto

- Unesco
- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Comercio, Industria y turismo
- Gobernación de Nariño
- Alcaldía de Pasto
- Museo del Carnaval
- Corpocarnaval
- Universidad de Nariño

[55] Plan Sectorial de Turismo 2011 – 2014. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Colombia.

- Diócesis de Ipiales
- Ministerio del Interior: para el manejo de temas indígenas
- Resguardos Indígenas
- Artesanías de Colombia
- SENA: para la capacitación del personal

Antecedentes que respaldan el proyecto:

Nariño cuanta con importantes ofertas culturales y naturales inmersas ya en su vocación turística que buena parte del país desconoce: paisajes, pacífico, artesanías, culturas indígenas. Todas estos atractivos y productos tiene una alta potencialidad, pero se encuentran desconectados de sus mercado objetivo. Generalmente son visitados por habitantes de municipios aledaños, Putumayo o el Valle, siempre en fin de año, haciendo coincidir cualquier tipo de visita con los carnavales. Pero si realmente fueran más visibles, estarían en capacidad de competir por el mercado nacional e internacional.

La importancia e influencia de los carnavales de Blancos y Negros es tal, que se llevan a cabo ya en muchos municipios de Nariño e incluso en departamentos cercanos. Se ofrecen en guías nacionales e internacionales; tienen permanente cubrimiento mediático durante y antes de su inicio; se promocionan a nivel nacional e internacional; y como ya se expresó anteriormente: fueron declarados Patrimonio de la Humanidad.

Al hacerlos perdurables durante el año, permitirán: posicionar mejor la marca-departamento; generar interés y búsqueda de información sobre nuevos productos; relanzar productos existentes de baja demanda; e incrementar su trascendencia a nivel nacional e internacional.

Metodología

Se realizará un plan estratégico de comunicación de alcance nacional e internacional diseñado a 2013 conjuntamente a un plan de actividades alrededor de los carnavales. Para lo cual se propone que inicialmente se identifiquen y evalúen otros carnavales diferentes al de Blancos y Negros, para posteriormente elaborar una agenda de carnavales de acuerdo con la evaluación realizada. Se procedería luego a

estructurar un mix de actividades que enriquezcan la oferta actual durante todo el año. Para finalmente estructurar un programa de promoción que difunda valores y contenidos de los carnavales.

Población objetivo.

Dirigido a la comunidad, operadores, visitantes y gestores del evento.

Actividades

1 Identificación y evaluación de otros carnavales diferentes al de Negros y Blancos
2 Elaboración de una agenda de carnavales de acuerdo con la evaluación realizada.
3 Estructuración de un mix de actividades que enriquezcan la oferta de carnavales durante todo el año.
4 Estructuración de un programa de promoción que difunda valores y contenidos de los carnavales.

Total inversión del proyecto en tres años:

Se estima la contratación de una consultoría especializada para llevar a cabo este proyecto por un monto de cuarenta y cinco millones de pesos

Indicadores

Número de planes establecidos.

2.6.2 ACOMPAÑAMIENTO A LA ASOCIACIÓN DE CABILDOS Y AUTORIDADES TRADICIONALES DEL NUDO DE LOS PASTOS EN UN PROYECTO DE ETNOTURISMO.

Descripción

La Asociación de Cabildos y/o Autoridades Tradicionales del Nudo de los Pastos "SHAQUIÑAN" (El Camino de los Espíritus), Identificado con el Nit. 900.032.89-8 y constituida mediante resolución No. 0035 de junio 13 de 2005, de la Dirección de Etnias del Ministerio del Interior y de Justicia, tiene como propósito principal: Formular,

elaborar y ejecutar el plan estratégico binacional para el fortalecimiento cultural y natural del pueblo de los Pastos, mediante un proceso de participación, para la producción social del conocimiento que garantice el fortalecimiento cultural y ambiental, y se rige por los siguientes principios:

- La formulación, ejecución y realización del seguimiento y evaluación del plan binacional para el fortalecimiento natural, ambiental y cultural del nudo de los pastos.

- La recreación y apropiación del sistema jurídico propio de la ley de origen, la ley natural, el derecho mayor y los referentes culturales de la identidad en el pueblo de los pastos, para fortalecer el territorio, el ambiente, la cultura, la educación, la salud, la soberanía alimentaria y la gobernabilidad.

- El desarrollo de iniciativas que conduzcan al diseño, ejecución y seguimiento de planes, programas y proyectos de fortalecimiento de la cultura y educación propia, mediante la recreación de los referentes culturales del pueblo de los pastos, la educación intercultural y la institucionalización del instituto de alta montaña "Juan Chiles" y la escuela itinerante "la Kilca (lugar de aprendizaje) de Juan Chiles" para hacer realidad el pensamiento panamazónico.

- Organizar la producción, la salud y la economía propia, mediante la implementación de acciones, planes y programas de soberanía alimentaria, salud natural y desarrollo económico, mediante la implementación del sistema productivo y económico ancestral "chagra" y la medicina espiritual, desde una producción orgánica y una economía propia, sustentable y sostenible, con la aplicación de los conocimientos y practicas ancestrales de las semillas, los rituales, las plantas de la luz y los conocimientos agronómicos y astronómicos.

- Poner en marcha la "cosmocracia andina", a través de la implementación de los sistemas jurídicos propios, la autoridad espiritual, los valores propios, y usos y costumbres, que asegure la función social, cultural y ecológica de nuestros territorios.

- El fortalecimiento del tejido social y los valores tradicionales para contrarrestar los factores que atentan contra la identidad y autonomía de los pueblos indígenas.

- El cumplimiento de los procesos de consulta consagrados en el Convenio 169 de la O.I.T. (ley 21 de 1.991) se cumplan mediante la participación, la información y la deliberación suficientes de tal manera que se garanticen decisiones que no afecten los derechos fundamentales de los pueblos indígenas.

- El impulso de procesos de ordenamiento territorial para fortalecer la autonomía de los pueblos indígenas en el marco de los sistemas de derecho interno, la constitución y la ley.

- El fortalecimiento de las relaciones con los pueblos de Colombia, Latinoamérica y el mundo, para desarrollar procesos de integración y desarrollo.

Actualmente, la Asociación SHAQUIÑAN, cuya área geográfica de acción es la Región Binacional Andina del Nudo de Huaca o de los Pastos en Colombia y Ecuador, Región Panamazónica y Pueblos Indígenas y grupos sociales de Colombia y la relación con pueblos de América Latina y del mundo, se encuentra en la fase de la "Conformación de Plan turístico del pueblo de los Pastos", como continuidad del proyecto Kuripamba PBA- innovación desarrollo tecnológico y aplicación del conocimiento andino para la promoción de la agricultura sostenible en cinco resguardos indígenas del pueblo pasto, en el departamento de Nariño y la formalización desde 2011 de la "Fiesta al Sol "Inti Raymi" Colombia, festividad sagrada para celebrar el solsticio de verano, el día 21 de junio de cada año.

Fuente:http://ipitimes.com/comunicando115.htm http://www.colombiaexotica.com/index.php?id=63

En el Inti Raymi Colombia, el pueblo de los Pastos realiza el Encuentro Binacional de Pueblos Indígenas y Organizaciones Sociales de Colombia y Ecuador, por el espacio de tres días cada año en los pueblos del sur de Nariño. Es la fiesta cósmica y mágica del solsticio realizado por la comunidad, en la que se rescatan valores tradicionales como

los rituales de refrescamiento en baños termales de Juan Chiles, ofrenda de castillos de alimentos de la chagra, danza armando el espiral cósmico y el tour de ascenso al volcán nevado Cumbal. Por la importancia cultural y social de esta celebración, los nariñenses y colombianos, buscan para que se encuentre nuevas posibilidades de etno-turismo que se brindan en la región y que ofrecen alternativas interesantes, respecto a los destinos tradicionales.

En la "Conformación de plan turístico del pueblo de los Pastos" los resguardos vinculados son: Chiles, Panán, Cumbal, Muellamuez, Aldea de María, Males Córdoba y Guachavé, municipios de Córdoba, Chiles, Cumbal, Santacruz, Contadero y Guachucal.

La propuesta de etnoturismo incluirá, además de los atractivos de la naturaleza, el conocimiento de plantas medicinales, prácticas agrícolas y gastronomía del nudo de los pastos, integradas en otros subproyectos propuestos en este Plan.

Objetivos

General:

Acompañar a la Asociación de Cabildos y Autoridades Tradicionales del Nudo de Los Pastos en un proyecto de etnoturismo integrando los resguardos de Chiles, Panán, Cumbal, Muellamuez, Aldea de María, Males Córdoba y Guachavé, municipios de Córdoba, Chiles, Cumbal, Santacruz, Contadero y Guachucal.

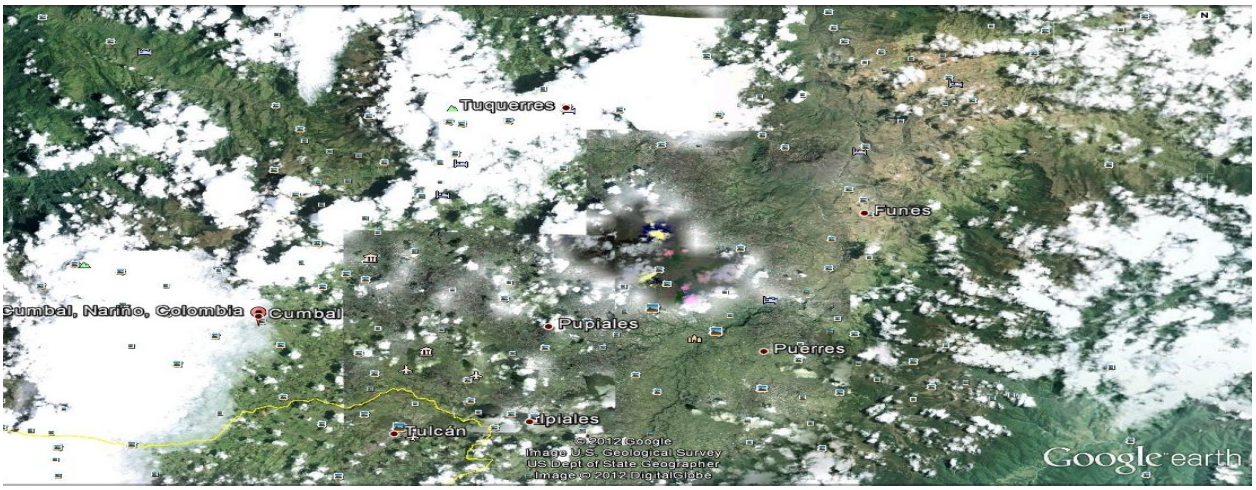
Específicos:

Difundir la cultura de los Pastos a turistas para preservar costumbres ancestrales, recuperación y mantenimiento de especies nativas, conservación de la biodiversidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Identificación de las actividades de naturaleza que pueden integrarse al proyecto.
Caracterización de los recursos naturales que se vincularán al proyecto.

Resultado final del proyecto

Un producto de etnoturismo fortalecido, en el que el etnoturista entre en contacto con la cultura de los Pastos, aprenda usos, costumbres y conozca a través de la lúdica, el territorio del Gran Cumbal y sus recursos naturales.



Fuente: Google earth, 2010.

Fortalezas para emprender el proyecto.

La Organización del pueblo de los Pastos; las propuestas y proyectos que han ejecutado entre sus cabildos:

- **Proyecto ARD - ADAM**: Con la Organización Internacional ARD-ADAM, se firma el primer proyecto mediante el Convenio de Donación No. ARD-GL- 088-G-054, denominado "Fortalecimiento de la gobernabilidad, la administración y los procesos productivos en el marco de las relaciones entre cabildos y alcaldías de los municipios de Cuaspud, Potosí e Iles en el departamento de Nariño". El proyecto fue financiado con el monto de 389 millones de pesos, de los cuales Shaquiñán y las comunidades cofinanciaban una parte. Se ejecutó en un periodo de diez meses, contados a partir del mes de julio de 2.007 hasta mayo de 2.008.

- **Asamblea del Parlamento Indígena de América - PIA**: Se coordinó la Asamblea del Parlamento Indígena de América- PIA, con recursos financiados por ARD-ADAM, el evento se desarrolló en Pasto y en el municipio de Cumbal, en el mes de octubre de

2.007. Estuvieron presentes parlamentarios indígenas de Bolivia, Perú, Ecuador, Guatemala, Venezuela y México, los cuales debatieron el tema de los derechos de los pueblos indígenas, la autonomía, el agua y la biodiversidad, los territorios, los planes de vida, el Plan Binacional de los Pastos y la integración de las nacionalidades indígenas de América.

- **PROYECTO GUALKALÁ**: En 2007, VSF-CICDA y Shaquiñán identificaron y presentaron conjuntamente a la Comisión Europea el proyecto "Consolidación de procesos de base comunitaria para la gestión de territorios indígenas en la región andina del sur-occidente colombiano-proyecto Gualkalá". Este proyecto fue aprobado por la Comisión para una cofinanciación para 3 años, a partir del 1ro de enero de 2008, sobre la línea presupuestaria 21-02-03 correspondiente a las subvenciones para las acciones de desarrollo implementadas por ONG europeas. En fecha 13 de diciembre de 2007, se firmó el contrato de subvención para dicho proyecto entre VSF-CICDA y la Delegación de la Comisión Europea para Colombia y Ecuador (proyecto ONG-PVD / 2007 / 145-285).

- **INTY - RAYMI 2011. Fiesta del Sol.**

- **FUPAD (Fundación Panamericana para el Desarrollo): La** explotación técnica del cuy se convirtió en una buena oportunidad para obtener e incrementar los ingresos del campesino y del indígena, ubicados en el sector rural de Ipiales y Cumbal. Razón por la cual, la tecnificación asegura la perdurabilidad de dicha actividad, permitiendo el arraigo de las comunidades a sus parcelas que actualmente son improductivas debido a su tamaño. En el aspecto comercial se tiene en cuenta la demanda insatisfecha de este tipo de producto, por lo tanto se pretende asociar a los beneficiarios para brindar condiciones favorables de negociación.

- Cátedra de 'pensamiento panamazónico Qui-lla-inty': Se realizó un convenio con la Universidad de Nariño, para dictar la cátedra de "Pensamiento Panamazónico Quilla - Inty".

- Consultoría plan de manejo ambiental: Año, 2010. En la actualidad la preocupación por el medio ambiental es un tema que atraviesa todo el planeta, en todos los lugares se vienen debilitando ecosistemas, desapareciendo especies, disminuyendo las fluentes de agua, contaminándose el aire y acelerando el calentamiento global,

entre otros. Es tas expresiones diarias de desequilibrio son consecuencia del mal manejo que se está dando a los recursos ambientales de la tierra. Por ello, al ser un tema global, el territorio milenario del pueblo de los Pastos que se conoce como Nudo de la Waca o de los Pastos, no es ajeno a esta situación y se enfrenta a problemas ambientales de suma consideración. En el momento se tienen serios problemas de deterioro del ambiente y natural que se expresan en los crecientes e intensos procesos de deforestación y alta intervención en los ecosistemas estratégicos; progresiva disminución de la calidad y cantidad de recurso hídrico; inadecuado uso y manejo del suelo y del aprovechamiento de la fauna silvestre, terrestre y acuática; contaminación por residuos sólidos, líquidos y emisiones atmosféricas; en ámbito social está presente un bajo nivel de educación y formación ambiental e ineficiente gestión territorial por parte de los actores que habitan el Nudo.

- **PROYECTO KURIPAMBA PBA-** innovación desarrollo tecnológico y aplicación del conocimiento andino para la promoción de la agricultura sostenible en cinco resguardos indígenas del pueblo pasto, en el departamento de Nariño para Fortalecer el sistema de producción ancestral chagra mediante la implementación de procesos de investigación participativa para el desarrollo e implementación de alternativas de producción sostenible del cultivo de la papa como eje central y de los siete granos andinos en cinco resguardos indígenas de la comunidad de los Pastos.

- **PROYECTO PAYACUA:**convenio de cooperación interinstitucional nº naj – 527 suscrito entre la Organización Internacional para las Migraciones – OIM, la asociación de autoridades tradicionales indígenas del nudo de los pastos shaquiñán y el municipio de Cumbal para armonizar el pensamiento y conocimiento cultural, natural y espiritual para generar procesos y escenarios de participación comunitaria, que aporten al fortalecimiento de la educación propia como un derecho que garantice, la pertinencia, el respeto por la vida, la cultura, la dignidad y el territorio en el marco y desarrollo del eje de cultura ancestral y educación propia del plan estratégico para el fortalecimiento cultural, natural y ambiental del nudo de los Pastos.

- **Proyecto ADEL:** Financiado por PNUD y Gobernación de Nariño. Según datos históricos, hace más de 8.000 años que el hombre andino, como el de los Pastos

desarrolló y evolucionó un legado cultural en la producción y economía acorde a las características del territorio de los Andes (tawuantisuyu). Es así que los Pastos como los demás pueblos andinos desarrollaron este conocimiento científico y espiritual para aplicarlo, entre otros temas, a la agronomía mediante el sistema productivo y económico "Chagra", donde domesticaron y sembraron centenares de semillas y plantas shaushas* y wuatas*, dulces y amargas, con lo cual aseguraron la soberanía de alimentarse bajo el concepto de "nutrir cuerpo, mente y espíritu. La cantidad domesticada de plantas y animales hizo que la diversidad, la biodiversidad, los saberes, las energías y los recursos naturales sean un todo integral.

- **SHUNGO GUAGUA:** Aunar esfuerzos para rescatar y fortalecer desde la educación inicial en el marco de una atención integral, la identidad cultural y la seguridad alimentaria de los niños y niñas indígenas menores de 5 años de la comunidad de los pastos, mediante el desarrollo, adecuación e implementación de las células de concepción para la transmisión de saberes y prácticas ancestrales.

Fuente: http://www.shaquinan.org/nuestros-proyectos/proyecto-payacua

Factores de riesgo.

- Falta de interés de por parte del sector privado y público para integrarse a la Asociación SHAQUIÑÁN.
- Falta de compromiso de la Asociación.
- Dificultades para la consecución de los recursos.

- Falta de colaboración por parte de la Gobernación.
- Respuesta negativa por parte del público objetivo.
- Conflictos entre los resguardos.
- Problemas de fuerzas armadas al margen de la Ley.

Entidades que podrían vincularse al proyecto

- Usaid.
- PNUD.
- Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Presidencia de la República.
- Gobernación de Nariño
- Corponariño
- Alcaldía de los cabildos.
- Universidad de Nariño
- Ministerio del Interior: para el manejo de temas indígenas
- Resguardos indígenas
- SENA: para la capacitación del personal
- Organizaciones No Gubernamentales.
- Fondo de Promoción Turística.

Antecedentes que respaldan el proyecto:

Además de todas las actividades y proyectos previos que ha ejecutado la Asociación Shaquiñán, está la Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas 21 de diciembre de 2001 " Código ético mundial para el turismo" en el que uno de sus puntos principales es: El turismo, factor de desarrollo sostenible, y expresa en dos de sus numerales:

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

Posteriormente, la Declaración "El turismo al servicio de los objetivos de desarrollo del milenio" Nueva York, 13 de septiembre de 2005, dice que a la fecha había una creciente importancia socioeconómica del turismo en todo el mundo, y especialmente en muchos países en desarrollo y que la efectiva contribución del turismo había coadyuvado en el logro de varios de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en particular los relativos a la reducción de la pobreza, a la conservación ambiental y a la creación de oportunidades de empleo para las mujeres, las comunidades indígenas y los jóvenes,

La Organización Mundial delTurismo, OMT, 2003 "Turismo y atenuación de la pobreza", promueve establecer vínculos dentro de la economía local, a fin de que se puedan compartir más ampliamente los beneficios. A despegar mayores esfuerzos en favor del empleo de trabajadores, productos y atractivos de un lugar y a maximizar los beneficios en favor de los indígenas y las comunidades locales.

Metodología

Una consultoría o un grupo de ambientales, biólogos y botánicos con experiencia en turismo, que realicen las identificaciones y caracterizaciones respectivas, con la participación de la comunidad.

Población objetivo.

Turistas nacionales e internacionales.

Actividades

- Revisión secundaria.
- Reconocimiento del lugar.
- Recorridos y trabajo de campo.
- Identificación de atractivos, actividades y especies de fauna y flora de interés.

- Identificación de actividades que pueden desarrollarse dentro del Producto.
- Diseño de guiones interpretativos.
- Elaboración de informe final.

Total inversión del proyecto en cinco meses:

Se estima la contratación de una consultoría especializada para llevar a cabo este proyecto por un monto de $100 millones.

Indicadores

1. Un Inventario de atractivos, actividades y especies de fauna y flora de interés existentes.
2. Un documento con propuesta de actividades que se podrían desarrollar.
3. Un documento con la caracterización de los recursos naturales que harán parte del producto de etnoturismo en los cabildos.

2.6.3 ESTRUCTURACIÓN DE UN PRODUCTO GASTRONÓMICO. DISEÑO DE UNA RUTA GASTRONÓMICA "DE LOS ANDES AL PACÍFICO"

Descripción

Nariño cuenta con recursos materiales e inmateriales diversos y maravillosos que incluyen: sus bellos paisajes, sus volcanes, su artesanía, sus fiestas y su deliciosa gastronomía que, hoy, los nariñenses están empeñados en mejorar, complementar y divulgar, de tal manera que sean capaces de atraer un número creciente de turistas colombianos y extranjeros. Están dispuestos a integrar los servicios y crear condiciones para prolongar su estadía, propiciar una oferta que induzcan a mayores consumos, y dejar en el paladar de los visitantes los mejores sabores para que quieran volver y, cuenten al regresar a casa, lo bien que se pasa y que se come en Nariño.

Por ello, y conscientes de que la competitividad no se da de manera espontánea, han decidido aprovechar ese conocimiento y tradición de su comida para transformarla en un producto especialmente atractivo que los visitantes puedan disfrutar en diversos lugares del Departamento. Cada lugar de Nariño tiene un plato especial que ofrecer pero, sobre todo, diferente al que se ofrece en el resto del país y eso es lo que se quiere resaltar.

La ruta de los Andes al Pacífico sugiere la inclusión de muchas localidades y variados sabores que pueden degustar los turistas a lo largo de la Ruta que transitan.

Con base en ello, se proponen acciones para lograr que, además, surja como resultado una actividad económica dinámica, generadora de trabajo productivo, de ingresos y de empleo; de oportunidades para los nariñenses, que permitan que las personas vinculadas a la actividad gastronómica mejoren sus condiciones de vida y fortalezcan y den mayor valoración a su identidad.

Alimentarse es una de las necesidades básicas que debe satisfacer el turista, pero no basta con alimentarse, se trata de que encuentre alimentos que le produzcan deleite especial y dejen muy grata recordación de su paso por uno u otro lugar. Por ello la gastronomía es un excelente elemento para articular con los demás productos y es uno de los aspectos que deja mayor recordación en los visitantes, pues ésta no sólo representa un plato de comida, la gastronomía es también la huella de un pueblo, mediante la cual es posible conocer los rituales de una comunidad, sus costumbres y tradiciones, su producción, incluso muchos aspectos de su forma de vida. Así, se puede decir que la gastronomía es uno de los elementos tangibles que forman parte de la cultura de una sociedad y puede ser utilizado como recurso turístico y además es un signo distintivo de cada pueblo.

La gastronomía es hoy uno de los elementos que más se está trabajando en todo el mundo como elemento de atracción, incluso ya hoy se tiene como producto turístico en Perú, España y México, entre otros y donde están dedicando ingentes esfuerzos por hacerlo su atractivo diferenciador. Actividad que es importante impulsar porque también es reconocido su aporte importante a la generación de oportunidades de ingreso para la comunidad. Razones de más para trabajar con especial dedicación este tema.

Objetivos

1. Estructurar una ruta que vincule la oferta gastronómica del departamento y rescatar y fortalecer la gastronomía regional.

En desarrollo de este objetivo se requiere: identificar la ruta que vincule los sabores de la comida andina y del pacífico; inventariar los establecimientos donde se ofrece y registrar la variedad de la oferta existente, para trabajar en su fortalecimiento. A su vez, identificar a los prestadores de servicio que se ubican sobre la ruta y su oferta para articular los servicios y hacer con ellos un ejercicio de sensibilización en el cual se les presente los beneficios que puede traerles el formar parte de la ruta, como también explicarles todo el proceso que será necesario realizar y el compromiso que tendrán que asumir para que se convierta en un atractivo.

2. Promover la calidad en la producción de la gastronomía tradicional y la oferta del servicio.

Para este efecto se requiere investigar sobre la comida nariñense, sus platos y preparaciones tradicionales, analizar procesos de preparación de los alimentos y manipulación de los mismos. Se deberá trabajar a la luz de lo establecido en las Normas Técnicas Sectoriales para establecimientos de gastronomía (requisitos fundamentados en la NTS USNA 007 Norma sanitaria de manipulación de alimentos, en concordancia con la NTS TS 004, requisitos de sostenibilidad).

Con el cumplimiento de las normas se podrá garantizar al turista una oferta de calidad y que llene los requisitos para posicionarse en el mercado.

Adicionalmente, será preciso además de capacitar, prestar asistencia técnica e intervenir en aspectos de la calidad y acomodación de los establecimientos, gestión empresarial y calidad en el servicio para hacer de la gastronomía una experiencia memorable.

3. Promover el turismo en Nariño

La Ruta gastronómica será un medio para mostrar a los turistas lo mejor de la variada y diferenciada comida del departamento. Los alimentos son un atractivo especial que convoca más de lo que se supone a visitar determinado lugar. Por ello enfatizar en mejorar la calidad de la gastronomía y del servicio son un medio para promover el departamento y propiciar que quienes los visiten den unas excelentes referencias de la estancia en este departamento del sur de Colombia. Se incorporará la ruta en la

oferta turística y se tendrá en cuenta para que se promueva dentro de las diferentes acciones que con éste motivo realice el departamento.

Resultados finales del proyecto

La meta propuesta en el proyecto es contar con una ruta gastronómica diseñada, que se pueda convertir en producto turístico, cuyos elementos sobresalientes conformen un atractivo diferenciado, soportada con las mejores y más variadas recetas de la cocina nariñense. Igualmente se contará con empresarios con habilidades que les permitan gestionar su negocio y con personal de servicio con las competencias requeridas para que aporten al buen nombre del producto y del departamento en materia de turismo y con ello se anime a que más visitantes lleguen y se fortalezca la gastronomía como atractivo y el departamento como destino.

Igualmente se espera que los turistas, mediante la gastronomía tengan la oportunidad de conocer la cultura nariñense y aportar de manera significativa a mejorar los ingresos de los establecimientos de la ruta y con ello de la comunidad.

Posteriormente se trabajará en la gestión para dotar a Nariño de una Escuela Gastronómica, con el objetivo de investigar sobre la comida nariñense, preservarla y formar a quienes se ocupen de mantener la comida tradicional vigente y ofrecer a los turistas y locales una excelente oferta gastronómica.

Fortalezas para emprender el proyecto.

Para emprender el proyecto se cuenta con toda una tradición del pueblo nariñense de la zona andina y, particularmente de toda una riqueza gastronómica del pacífico nariñense, que se constituyen en atractivo y prenda de garantía para el trabajo que se debe abordar.

Dentro de sus platos tradicionales se destacan el cuy, el hornado, el frito pastuso y el encocado de piangua y de dulce tienen entre otros, los quimbolitos, el helado de paila, las empanadas de añejo y el dulce de chilacuán. Y en la zona pacífica, en Tumaco, considerada una de las regiones más ricas del país en variedad y cantidad de pescados y mariscos se pueden degustar platos como el pusandao, chautiza,encocado

de jaiba, tapado de bagre, seviche de piangua, atollado de raya, entre otros los que hacen de este lugar un atractivo destino gastronómico.

Igualmente es el momento apropiado para ofrecerle a Colombia y a extranjeros toda una serie de preparaciones que no han tenido la suficiente y merecida difusión. Es la oportunidad de recuperar recetas y poner en escena las maravillas de la comida de esta zona que tienen un alto grado de diferenciación y, por lo tanto, pueden convertirse en un atractivo que dé competitividad.

A su vez, la demanda y valoración de la gastronomía, hoy en alza, justifica el que se haga un esfuerzo para hacer de este arte una oportunidad y de estos productos, una marca de región.

Adicionalmente, desde el ámbito de la Política de turismo y la Política cultural 56 nacional, se señala, entre otras, que la gastronomía es un elemento del patrimonio inmaterial al que el país le debe apuntar para su desarrollo turístico y diferenciación.

Factores de riesgo

1 Dificultad para articulación entre el sector público y privado
2 Falta de decisión política por parte de la gobernación o alcaldías para apoyar el proyecto
3 No disponer los recursos financieros para realizarlo
4 Limitada colaboración y entusiasmo por parte de los productores de alimentos

Entidades que podrían vincularse al proyecto

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Fondo de Promoción Turística de Colombia.
- Ministerio de Cultura.
- Secretaría Departamental de Cultura.
- Alcaldías de municipios del área de influencia del proyecto.

[56]Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio" Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Ministerio de Cultura. Septiembre 2007

- SENA.
- COTELCO.
- Instituciones educativas con programas relacionados con la actividad.
- Proveedoras de insumos.
- Cámaras de Comercio.

Antecedentes que respaldan el proyecto

Los alimentos se constituyen en una de las necesidades básicas del hombre y uno de los productos que todo turista y visitante consume, independiente del tipo de persona que sea o actividad que vaya a desarrollar. A su vez, la comida es uno de los aspectos que tienen más alta recordación en un viaje y de los que más suele referenciar el turista. Tomar los alimentos es mucho más que suplir una necesidad, el comer se constituye en todo un ritual que enseña mucho de un pueblo, es una actividad que además tiene la condición de ser una importante generadora de oportunidades de trabajo productivo e ingresos.

Se tiene una tradición pero la riqueza de su comida se puede ir perdiendo si no se actúa con determinación en este aspecto. En consecuencia, es imperativo reconocer la importancia del proyecto y al admitir las debilidades que Nariño tiene en su oferta gastronómica, que se requiere superar, es plenamente justificado el respaldo para trabajar por mejorar la oferta, el desarrollo del producto, presentación, empaque, comercialización, y calidad en el servicio, entre otros, todo ello, operando en una ruta estructurada.

Metodología

Se contratará una consultoría para diseñará en detalle el producto, determinar el alcance, y los detalles específicos del modelo que se desarrollará. Igualmente se realizará una investigación básica para identificar la ruta, los prestadores de servicios a lo largo de ella, los productos que se ofrecen, y las condiciones generales del producto en su totalidad.

Posteriormente se trabajará en sesiones de asistencia técnica dependiendo del número y necesidad de los productores.

Población objetivo

El proyecto va dirigido a:

Empresarios de restaurantes, productores de alimentos y empresas relacionadas vinculadas a la ruta.

Actividades

a. Investigación de los ingredientes y preparaciones de la cocina nariñense.

b. Identificación de restaurantes que ofrecen comida tradicional nariñense, tanto andina como pacífica.

c. Evaluación de la oferta gastronómica nariñense ofrecida en los restaurantes de la ruta, a la luz de la investigación realizada y de las normas técnicas sectoriales de calidad.

d. Estructuración de un programa para el mejoramiento de la oferta gastronómica tradicional y de las instalaciones y servicios de los restaurantes, que incluya asistencia técnica.

e. Construcción de una escuela gastronómica nariñense.

f. Consecución de recursos y gestión para la construcción de la escuela.

Presupuesto

Se estima consultoría por $ 65 millones. En este presupuesto no se considera lo relativo a la construcción de la Escuela Gastronómica, tales recursos serán objeto de otra gestión.

Indicadores:

Número de rutas diseñadas.

2.7 PROPUESTA INDICADORS PARA SEGUIMIENTO DEL PLAN DE DESARROLLO.

Presentación

Como se indicó en el capítulo anterior, la formulación del plan de desarrollo turístico de Nariño se realizó a partir del enfoque metodológico basado en los modelos de competitividad y ambiental, diseñados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el marco de la línea de Asistencia Técnica en Planificación, enriquecidos éstos con el modelo de Geoffrey Crouch y Brent Ritchie.

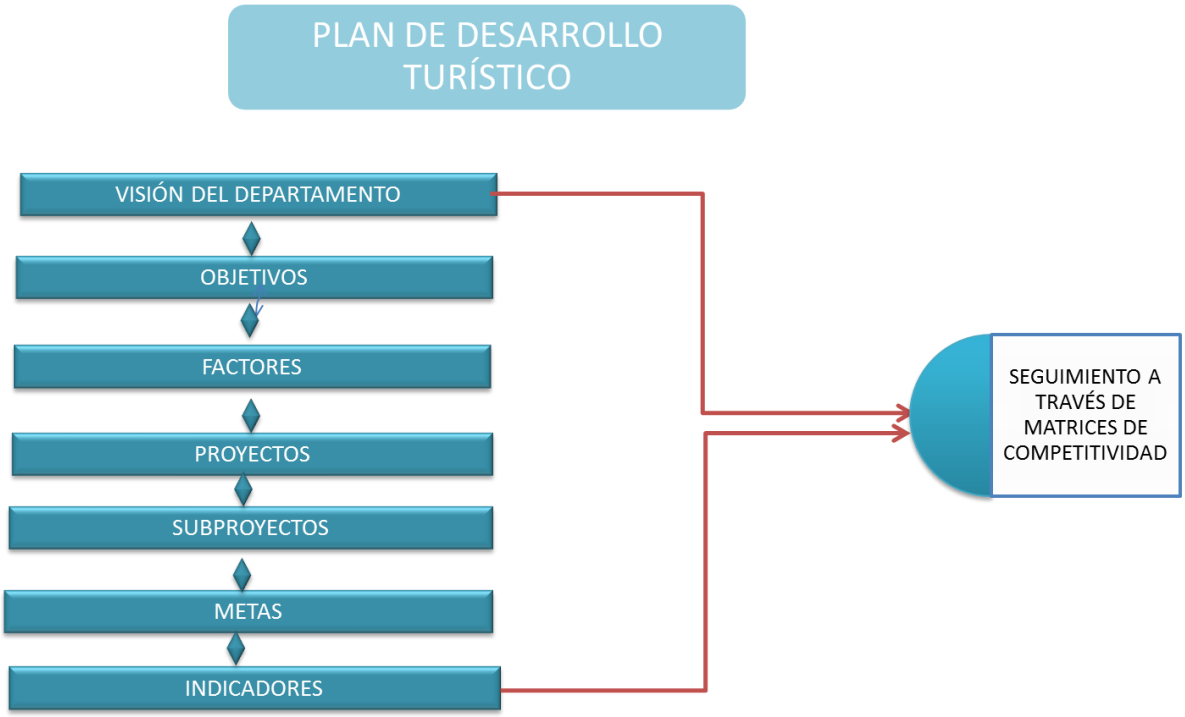
El punto de inicio del modelo propuesto son los cuatro factores en los que el departamento debe trabajar para alcanzar los índices de competitividad deseados: atracción, soporte, producción y gestión. A partir de ahí se adelantó un proceso de clústerización (en clúster, micro clúster, rutas y circuitos) y validación del mismo. El marco lógico propuesto en el capítulo II, plan estratégico de Nariño, recogió los diversos proyectos y subproyectos que dieron cuenta del gran potencial con el que se cuenta en las diversas zonas del departamento pero también de las necesidades de mejora e inversión que se requieren para lograr la consolidación del turismo como estrategia de desarrollo regional y local.

Para cada factor se propuso un conjunto de indicadores en los que se consideró pertinente priorizar aquellos relacionados con los logros del plan, en la medida en que se requiere que las acciones propuestas lleven en un corto o mediano plazo a acciones concretas que permitan un avance real en el desarrollo turístico de los diversos clúster, micro clúster, rutas y circuitos, puedan ser fácilmente controlables y verificables por los actores locales y estén por supuesto correlacionados de manera directa con las metas propuestas.

Cabe destacar que el conjunto de indicadores que se presenta a continuación, facilitará la articulación de los procesos y logros en el departamento, de acuerdo con los objetivos propuestos, de tal manera que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo realice un seguimiento adecuado a través de una matriz que permita comparar los avances relacionados con los factores propuestos. Así mismo, en las regiones se facilitará la elaboración de la información y su propia evaluación frente a las metas establecidas.

El sistema de indicadores debe conllevar un proceso de seguimiento periódico el cual puede estar articulado al convenio de competitividad del departamento, facilitando la toma de decisiones, el cumplimiento de la visión turística, la ejecución de los proyectos y capacidad de adaptación si se presentan cambios o eventos que hagan reconsiderar o generar correctivos frente a las metas propuestas.

Se privilegiaron aquellos indicadores de tipo cuantitativo y de resultado dado que lo que se espera es que se logren los efectos de la gestión interinstitucional de nivel local, departamental y nacional:



Fuente: Unión Temporal Turismo HUITONAVA, 2012.

Una de las debilidades identificadas en el diagnóstico del departamento fue la ausencia de un sistema estadístico con información del sector, se ha previsto que los indicadores sean fácilmente medibles, comparables, pertinentes, confiables y útiles a fin que naturalmente se pueda llevar un control y seguimiento a los mismos. Estos indicadores podrían ser controlados por la Gobernación de Nariño, y a su vez incorporarse en el seguimiento de la matriz de competitividad que ha sido formulada

en el marco del convenio de competitividad firmado con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Formatos de seguimiento al Plan de desarrollo turístico

Se han propuesto cuatro tipos de formatos para el seguimiento de los indicadores:

TIPO DE FORMATO	NÚMERO
Factor Atracción	Nariño - 01
Factor Soporte	Nariño - 02
Factor Producción	Nariño - 03
Factor Gestión	Nariño - 04

Se propone que el seguimiento a los indicadores se realice de manera semestral, con el objetivo de evaluar periódicamente su nivel de avance en función de las metas propuestas.

A continuación se presenta cada uno de los formatos para su seguimiento:

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE NARIÑO			FORMATO NARIÑO - 01			
ELABORADO POR:			REVISADO POR:			
SUBPROYECTOS	INDICADORES	FECHA DE SEGUI-MIENTO	GRADO DE AVANCE			OBSER-VACIÓN
			Alto	Medio	Bajo	
1.1.1. Diseño del producto de naturaleza alrededor del "Volcán Galeras"	Número de productos diseñados					
1.1.2. Diseño de la "Ruta de los Volcanes y las Lagunas", integrando las lagunas de La Bolsa, Laguna Verde, Telpis y Laguna Negra y los volcanes Cumbal, Azufral y Chiles	Número de productos diseñados					
1.1.3. Diseño de un producto de turismo científico que involucre, además de los volcanes, áreas protegidas, reservas privadas y los parques nacionales del Departamento.	Número de productos diseñados					

1.2.1. Diseño de una ruta agroturística.	Número de rutas diseñadas					
1.2.2. Consolidación del producto ecoturístico del Cañón de Juanambú	Número de productos consolidados					
1.2.3. Estructuración del producto en Tajumbina	Número de productos estructurados					
1.3.1. Estructuración de un producto ecoturístico en los parques nacionales del departamento,	Número de productos diseñados					
1.3.2. Estructuración de un producto de avistamiento de aves en las zonas cafeteras del departamento	Número de productos diseñado					
2.1.1. Carnavales que perduran en el año	Numero de planes establecidos					
2.1.2. Diseño de un producto turístico con base en las culturas indígenas y campesinas (Salud y saberes ancestrales, gastronomía, danzas, chamanismo	Número de productos diseñados					
2.2.1. Diseño de una Ruta Gastronómica "de los Andes al Pacífico"	Número de rutas diseñadas					
2.3.2. Consolidación internacional del destino religioso Las Lajas	Número de productos consolidados					
2.4.1. Diseño de un producto turístico cultural con base en las artesanías.	Número de productos diseñados					
2.5.1. Acompañamiento al resguardo del Gran Cumbal para el diseño de un producto de naturaleza sostenible.	Número de productos de naturaleza diseñados.					
2.5.2. Acompañamiento a la Asociación de Cabildos y Autoridades Tradicionales del Nudo de Los Pastos en un proyecto de etnoturismo.	Número de productos de etnoturismo diseñados.					

3.1.1. Diseño de un producto turístico en torno a las reservas de la sociedad civil de La Cocha.	Número de productos diseñados.					
3.2.1. Pasto Atractivo para eventos	Número de productos turísticos diseñados					
4.1.1. Fortalecimiento del producto de sol y playa del Pacífico nariñense.	Número de Productos Fortalecidos					
4.2.1. Fortalecimiento del producto de avistamiento de ballenas.	Número de Productos Fortalecidos					
5.1.1. Colombia y Ecuador un solo destino	Número de productos estructurados					

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE NARIÑO			FORMATO NARIÑO - 02			
ELABORADO POR:			REVISADO POR:			
SUBPROYECTOS	INDICADORES	FECHA DE SEGUI-MIENTO	GRADO DE AVANCE			OBSER-VACIÓN
			Alto	Medio	Bajo	
1.1.1. Gestión de recursos para el mejoramiento de la infraestructura vial.	Estudio de actualización y diseños de e las vías de conexión para el turismo de Nariño realizado.					
1.1.2. Fortalecimiento de la infraestructura aeroportuaria.	Número de terminales aéreas modernizadas					
1.1.3. Construcción y mejoramiento de muelles turísticos en Tumaco - Bocagrande, La Cocha - Isla de La Corota.	Número de muelles construidos y/o mejorados					
1.1.4. Dotación del alumbrado y malecón para las playas del Morro	Playas del Morro con malecón y alumbrado construidos					
1.1.5. Ampliación de la cobertura de internet y telefonía móvil en el área rural, y en zonas de afluencia turística	Número de municipios turísticos conectados a la red					
2.1.1. Un plan de mejoramiento para la seguridad turística	Plan de mejoramiento de seguridad turística					
3.1.1. Embellecimiento del espacio público	Número de PEMP elaborados					
	Número de municipios embellecidos					
	Número de municipios que implementan plan maestro					
4.1.1. Estructuración y ejecución de un plan de señalización turística vial,	Plan de señalización turística ejecutado					

peatonal e interpretativa.						
5.1.1. Estructuración de la Cátedra Nariño	Número de colegios que implementan la Cátedra Nariño					
5.1.2. Estructuración de un programa de cultura turística	Programa de cultura turística estructurado					
6.1.1. Turismo accesible	Plan para dar accesibilidad a los atractivos turísticos					
7.1.1. Creación de la red de información turística para el departamento y conformación de un observatorio turístico.	Observatorio turístico en funcionamiento					
8.1.1. Nariño Ordena su territorio	Número de planes de ordenamiento territorial articulados al sector					
8.1. 2. Incorporación del sector turístico en el Consejo Territorial de Planeación.	Consejo Territorial de Planeación fortalecido					
9.1.1. Nariñenses comprometidos con el ambiente	Número de campañas de buenas prácticas de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica ejecutadas					
4.1.1. Estructuración y ejecución de un plan de señalización turística vial, peatonal e interpretativa.	Plan de señalización turística ejecutado					