

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA



TESIS MODELO TRADICIONAL

**Propuesta para el desarrollo conjunto de proyectos de turismo rural entre la
comunidad rural el sector terciario en el departamento de Nariño**

Mario Alejandro Vallejo Yacelga

Tutor: Juan María Andrade

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2017

Tabla de contenido

Introducción	13
Diagnóstico del departamento de Nariño	14
Análisis DOFA	14
Cadena de valor del sector turismo	15
Planteamiento del problema	19
Pregunta de investigación	20
Antecedentes	21
Justificación	23
Objetivos	24
Objetivo general	24
Objetivos específicos	24
Marco Teórico	26
Turismo	26
Tipología del turismo	27
Turismo sostenible	28
Turismo Rural	29
Marco conceptual	32
Metodología	34
Diseño de la investigación	34
Enfoque de Investigación	34
Muestreo	35
Métodos y técnicas de recolección de datos	35

<u>Análisis de la información</u>	36
<u>Cronograma</u>	37
<u>Desarrollo de objetivos</u>	38
<u>Identificar carencias por parte de los prestadores de servicios turísticos rurales y sus demandantes</u>	42
<u>Identificar las dificultades que tienen las comunidades rurales para hacer parte de la actividad turística</u>	43
<u>Propuesta para la implementación ante las falencias encontradas en el desarrollo de turismo en Nariño</u>	44
<u>Fases de la propuesta Ruta Rural de Nariño</u>	48
<u>Conclusión</u>	49
<u>Referencias</u>	51
<u>Anexos</u>	58

Lista de figuras

<u>Figura 1. Análisis DOFA</u>	14
<u>Figura 2. Categorización del turismo</u>	29

<u>Figura 3. Cinco principios del turismo rural</u>	31
<u>Figura 4. Entrada al Cañón de Juanambú</u>	39
<u>Figura 5. Camino hacia el Cañón de Juanambú</u>	39
<u>Figura 6. Programa Ruta Rural de Nariño</u>	47

Lista de tablas

<u>Tabla 1. Actividades de apoyo y actividades primarias</u>	16
--	----

<u>Tabla 2. Modalidades, categoría y actividades turísticas</u>	28
<u>Tabla 3. Sitios sin gestión formal para el desarrollo de turismo rural</u>	41
<u>Tabla 4. Sitios con gestión formal para el desarrollo de turismo rural</u>	41
<u>Tabla 5. Fases y descripción</u>	48

Lista de anexos

<u>Anexo 1. Análisis DOFA departamento de Nariño</u>	58
--	----

<u>Anexo 2. Descripción de las leyes y decretos que influyen el turismo</u>	60
<u>Anexo 3. Cañón del Juanambú</u>	61
<u>Anexo 4. Destinos turísticos rurales de Nariño</u>	62
<u>Anexo 5. Entrevistas realizadas a Guías turísticos de Nariño</u>	63
<u>Anexo 6. Interacción con las agencias de turismo circundantes de la oficina turismo e interacción con extranjeros y familia (Entrevistas relevantes)</u>	76
<u>Anexo 7. Interacción con el punto de información turístico de Nariño</u>	84

Introducción

El turismo en sí mismo está conformado por diversas tipologías, las cuales varían dependiendo del segmento de mercado y preferencias del consumidor, siendo un sector económico generador de ingresos para diversos países alrededor del mundo, muchos de los cuales se apoyan del turismo como una de sus principales actividades económicas.

La entrada de divisas a un país y la Inversión Extranjera Directa (IED) son factores importantes para el crecimiento de la economía de una nación. La importancia de la exportación de servicios con programas para atraer turistas extranjeros no residentes y a su vez, la generación de turismo interno permiten apoyar el desarrollo interno de la economía del país. En el presente trabajo se muestran las diversas potencialidades y debilidades que tiene el departamento de Nariño en materia turística. Teniendo en cuenta el principal sector económico del departamento se pretende desarrollar una propuesta incluyente para la comunidad rural y los servicios turísticos de la región, congruente con el turismo rural sostenible.

A través de la recolección exhaustiva de datos, entrevistas a expertos en el tema, turistas y funcionarios públicos ligados estrechamente a la industria turística del departamento de Nariño y mediante la observación participante del ambiente natural de los denominados y no denominados sitios turísticos, y luego de haber analizado los datos resultantes se pretende generar proyectos incluyentes para con la comunidad rural y el sector terciario.

Diagnóstico del departamento de Nariño

El análisis de las oportunidades y amenazas del turismo en el departamento de Nariño con sus fortalezas y debilidades, DOFA, fue elaborado por la gobernación del departamento en el año 2016 mediante una investigación desarrollada a través de la revisión de fuentes primarias de información, ver Anexo 1:

Análisis DOFA

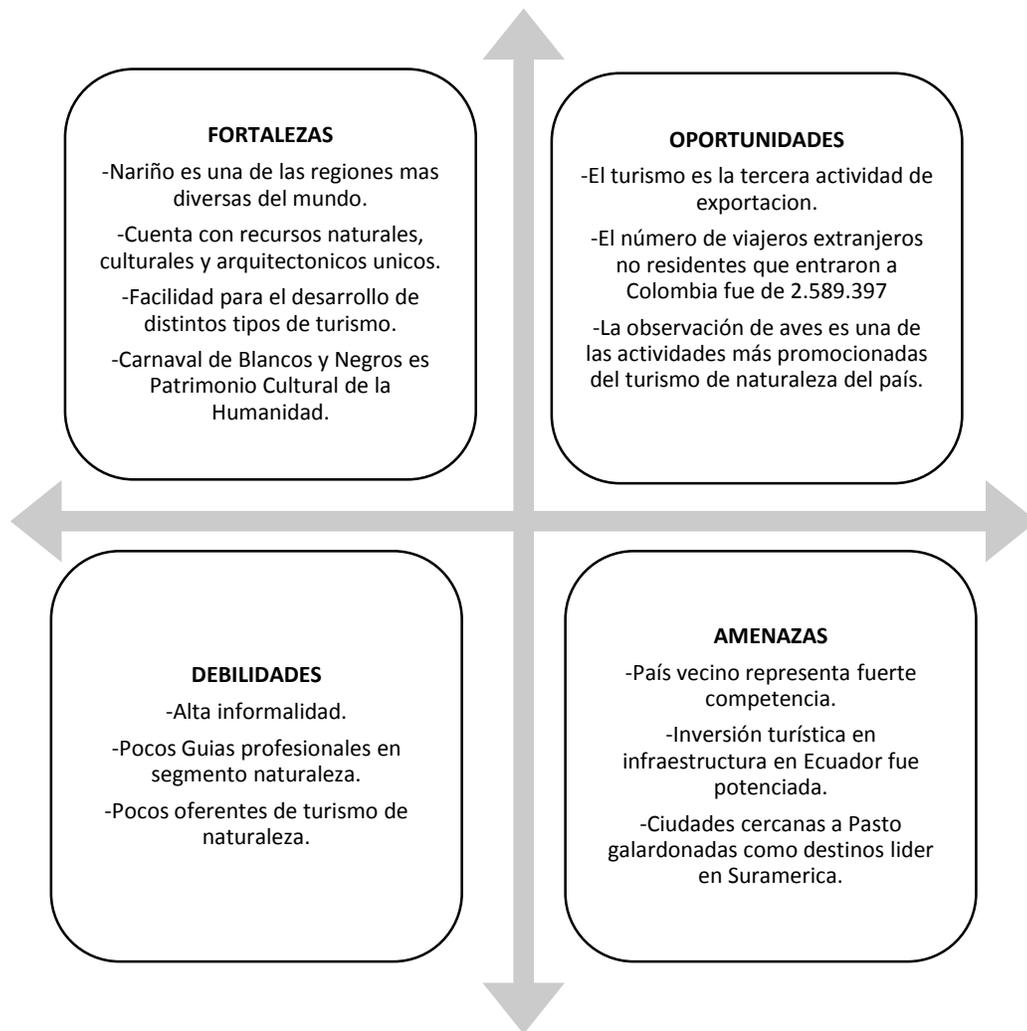


Figura 1. Análisis DOFA

Fuente: Gobernación de Nariño (2016); Silva, Trejos, Martínez, & López (2016); The Telegraph UK (2017); UNESCO (2009); Radio Cadena Nacional (2016); Calpa (2013); Sánchez & Tsao (2015); Sánchez & Tsao (2015); OMT (2009); Mincit (2016); El telégrafo (2016).

Cadena de valor del sector turismo

Según Porter (2004) una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúa es la Cadena de Valor, debido a que es una herramienta que desglosa una empresa en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el modelo de negocio y el comportamiento de costos y fuentes de diferenciación existentes y potenciales. A pesar de que el turismo no es un producto es parte de un complejo conjunto de servicios que se complementan y de bienes necesarios para la producción de servicios turísticos, haciendo de este análisis una herramienta útil (Ventura, 2011).

Entendiendo que la Cadena de Valor se compone de actividades de soporte, siendo en este caso las actividades que provee el departamento de Nariño para el desarrollo de las actividades primarias de una empresa, y que según Michael Porter en el libro Ventaja Competitiva (2015) define:

Tabla 1. *Actividades de apoyo y actividades primarias*

Actividades de apoyo	Definición
Infraestructura de la empresa:	Actividades que apoyan a la compañía como infraestructura física, finanzas y demás.
Administración de Recursos Humanos	Actividades relacionadas con el reclutamiento, selección y contratación del personal idóneo para cada puesto en la empresa.
Desarrollo de la tecnología	Desarrollo de la tecnología: las actividades de investigación y adquisición de la tecnología necesaria para apoyar a todas las demás actividades.
Compras y adquisiciones	Las actividades necesarias para aprovisionar a la empresa de todo lo necesario para realizar todas sus actividades.
Actividades Primarias	Definición
Logística Interna	Relacionado con la recepción, acceso de clientes y distribución
Producción	Las operaciones de transformación de insumos en el producto final
Logística externa	Distribución del producto en los clientes
Comercial/Marketing	Publicidad, Promoción, fuerza de ventas y selección de canales.
Servicio Post-Venta	Servicio Post-Venta: Atención de reclamos, capacitación, reparación e instalaciones.

Fuente: elaboración propia basado en las definiciones de Porter (2015)

Para efectos del presente trabajo, enfocado al departamento de Nariño en Colombia, las actividades de apoyo bajo el marco del turismo serían según Ramírez y Aguas (2015):

- Infraestructura del departamento: Infraestructura vial, TIC y social y accesibilidad a aeropuertos.
- Instituciones y gestión: Este factor examina la eficacia y eficiencia de la gestión pública a través de sus instituciones, actividades de selección y contratación estatal o privada por parte de las instituciones.
- Desarrollo de la tecnología: Innovación y capital humano en tecnología.

- Estructura económica: la competitividad y suficiencia del departamento.
- Infraestructura del departamento: la infraestructura vial en vías pavimentadas es el 12,18%, situación desfavorable en la red vial para las zonas rurales, Nariño cuenta con 3 aeropuertos, sin embargo estos requieren de inversiones para mejorar su capacidad operativa (Gobernación de Nariño, 2016). Según el Ministerio de Educación (2014) Nariño en términos de digitalización tan solo tiene una penetración de internet de 4,19% (HSB Noticias, 2016). En materia social, la cobertura de Nariño en educación es baja con altas tasas de analfabetismo en la zona pacífica (Galvis, Moyano, & Alba, 2016).
- Instituciones y gestión: la gestión por parte de las instituciones de Nariño han superado las expectativas de crecimiento, debido a que las cifras según el Mincit (2017) crecieron en aproximadamente 400% a junio de 2017 comparado con el año anterior.
- Desarrollo de la tecnología: según el Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e innovación – SNCCTI (2016) el departamento ocupa el puesto 15 entre 26 departamentos con un puntaje de apenas 2,75 sobre 10 en materia de sofisticación e innovación y la capacidad del departamento de producir bienes y servicios de alto valor agregado.
- Estructura económica: el Consejo Privado de Competitividad (2016) en el informe de competitividad departamental posiciona a Nariño en el puesto 17 de 26 departamentos analizados, en donde Nariño se ubica en la etapa más baja.

Por consiguiente, las actividades primarias adaptadas al turismo, las cuales para el caso de Colombia están en su mayoría delegadas al sector empresarial privado sean agencias de viaje y operadores turísticos son:

- Investigación: es una actividad que busca evidenciar las potencialidades culturales del territorio y la recepción de datos e investigación respecto a sitios de interés en la región, para adaptación turística de posibles zonas con potencial para actividades de turismo de cualquier tipo (Universidad de Antioquia, 2013).
- Diseño: el diseño del paquete turístico y la preparación del territorio, la realización de rutas, circuitos y paquetes turísticos entre el sector público y privado de la región.
- Logística externa: la comunicación de la existencia del servicio/paquete turístico con los operadores y gestores del turismo, a través de Procolombia y de manera independiente a través de medios web para el sector privado.
- Comercial: la publicidad y promoción realizada por parte del sector privado y público, realizada en el departamento a través de ferias turísticas internacionales y nacionales, internet y medios de comunicación bajo la coordinación de Joanna Martínez quien es la directora de la oficina de turismo de Nariño.
- Experiencia: al ser un servicio intangible, se hace referencia al disfrute de la experiencia de la visita y servicios ofrecidos después del uso/compra, no existe nivel de medición formal para saber la experiencia de cada cliente, escasamente se encuentra la retroalimentación que se hace a través de las páginas web (Booking.com, TripAdvisor, Airbnb, etc).

Planteamiento del problema

La competitividad de los destinos turísticos está condicionada por factores, tales como la atracción y recursos clave, los cuales están asociados con los recursos físicos del destino, sin embargo, el éxito de un destino turístico depende de sus recursos de soporte; como infraestructura, capital humano, políticas de desarrollo, gestión y finalmente de otros factores tales como la ubicación, seguridad y la percepción del lugar (Ritchie & Crouch, 2010).

Luego de revisar el Plan de Desarrollo Departamental de Nariño, se encontró que el aporte del departamento es del 0,25% del presupuesto total (Gobernación de Nariño, 2016), que comparado con departamentos como el de Bolívar, en su plan de desarrollo departamental asigna un mayor porcentaje y presupuesto para el turismo en la región.

El departamento de Nariño tiene inconsistencias en diversos ámbitos que afectan el turismo receptivo, como la infraestructura e innovación en productos o servicios enfocados al turismo en general. El departamento no tiene dinamismo¹ para generar productos innovadores que permitan desarrollar infraestructura básica en zonas de visita, falta de articulación normativa en el sector turístico y los Planes de Ordenamiento Territorial (POT) no son los adecuados, incluyendo el aeropuerto principal Antonio Nariño con serias desventajas en sus condiciones físicas de localización (Fondo Nacional del Turismo - FONTUR, 2014). Asimismo, de la Hoz (2007) asegura que la falta de vías de comunicación en la subregión Pacífica del departamento y la concentración de estas en la zona Andina han causado problemas en cada sector económico de Nariño. Por otra parte, la

-
- ¹ Entiéndase Dinamismo según Oxford University Press (2017) como la cualidad de la persona activa y emprendedora que actúa con prontitud, diligencia y energía o la cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.

infraestructura educativa persiste con deficiencias en materia de infraestructura y sobre todo de acuerdo a la calidad ofrecida (García, 2017).

En materia hotelera, gastronómica, agencias de viajes, operadores turísticos/intermediarios y guías, la oferta es casi del 70% en las zonas urbanas y no se soporta en las zonas rurales (FONTUR, 2014). Añadido a lo anterior, en el departamento de Nariño el 51,2% de la población se ubica en zonas rurales, siendo su índice de ruralidad de 41,02 (PERS- Plan de Energización Rural de Nariño, 2014).

En consecuencia, al ser tan alto el nivel de ruralidad de Nariño y la concentración de la cadena turística en las principales ciudades del departamento, se evidencia un sector turístico excluyente y centralizado, la falta de infraestructura en vías, en calidad educativa y de dinamismo empresarial en el departamento no es el adecuado. El alto índice de ruralidad del departamento puede convertirse en una ventaja junto con el alto aporte que se recibe por parte de actividades agropecuarias² en la región, en la medida de que los servicios turísticos se descentralicen y se adopte un enfoque hacia el turismo rural.

Pregunta de investigación

Dada las circunstancias anteriores, surge la pregunta de investigación:

¿Cómo se puede potenciar el sector turístico en Nariño integrando el nivel de ruralidad del departamento y el sector servicios para generar proyectos de turismo rural en el departamento de Nariño?

² Las actividades agropecuarias en Nariño son una de las de mayor participación en el PIB regional según el último plan de desarrollo 2016-2019.

Antecedentes

En Colombia en 1931 se creó el Servicio Oficial de Turismo, en donde se le apostó al turismo al observarse en esta industria los posibles sobre el crecimiento económico. Pero es realmente a partir de 2002, la política de seguridad democrática gubernamental, el sector comienza a reactivarse (Such, Zapata, Risso, Brida, & Pereyra, 2009).

De esta manera, la creación de leyes y decretos hace referencia a los aspectos legales de cambio para potencializar el sector turístico en el país; están fundamentadas y dirigidas a diferentes actores privados y públicos en materia turística colombiana, con la finalidad de exigencia, control y/o de establecimiento de beneficios o creación de entidades, las cuales se enclaustran en la normatividad del turismo bajo el Ministerio de Comercio Industria y Turismo- Mincit (2017) para ver cada ley o decreto en detalle (*ver Anexo 2*):

Con respecto a la creación de entidades o delegación de entidades público-privadas en administración de fondos públicos se creó el Decreto 2251 de 2012 y la Ley 1450 de 2011. Ahora bien con respecto a decretos que otorgan beneficios a los actores de la actividad turística se especifican el Decreto 297 de 2016. Por otra parte, se establecieron exigencias por parte del Ministerio de Comercio Industria y turismo en las leyes 1558 de 2012 y 1101 de 2006.

La literatura sobre el turismo es extensa más sin embargo, para el caso nariñense el turismo rural sostenible tiene sus raíces con los indicadores de Desarrollo Local Sostenible (DLS), donde para Cárdenas (1995) uno de los componentes de los indicadores de DLS es la integridad ecológica y es donde se desprenden el ecoturismo como provisión de bienes y servicios ambientales.

A nivel internacional, la agenda de implementación para el año 2030 del PNUD (2016) ha creado alternativas sostenibles para el sustento de comunidades locales en Tmatboey – Cambodia, en donde el ecoturismo es la actividad que provee de ingresos estables a la comunidad. Por consiguiente, Luego de hacer un análisis del histórico de cada Plan de Desarrollo Departamental de Nariño desde el 2001 hasta el 2016-2019, se encontró: que en el departamento de Nariño el ecoturismo es fomentado en el Plan de Desarrollo Departamental “Nariño Vive” 2001-2003 con la intención de consolidar el sector terciario de la economía departamental, enfocada a la inversión de la Fundación Andina y los parques nacionales.

Ahora bien, el plan departamental “La fuerza del Cambio Continúa” 2004-2007 tenía como meta la formulación de un plan turístico de Nariño y la conformación de un gremio turístico departamental a través del potencial del ecoturismo por la biodiversidad y el entorno natural. El plan “Adelante Nariño 2008-2011” identificó posibilidades y potencialidades económicas en áreas de agroindustria y de turismo con la inclusión de instituciones educativas en la ciudad de Pasto y la exigencia de al menos un programa de formación en instituciones educativas en las sub regiones, con una meta de 120 a 132 familias vinculadas a procesos de turismo receptivo rural. “Nariño mejor” 2012 – 2015 que es un plan que como los anteriores, pero que también resalta las potencias naturales de la región para el desarrollo del turismo, haciendo inversión en las zonas de parques naturales.

Así pues, se llega al actual plan de desarrollo “Nariño, Corazón del Mundo” 2016 – 2019 en el cual el término de turismo sostenible se hace importante en materia turística y se crea el sistema de información turística SITUR, con el cual se espera fortalecer la institucionalidad turística y la competitividad.

Justificación

Actualmente, Colombia según el reporte del Foro Económico Mundial, The Travel & Tourism Competitiveness Report (2017) ubica al país en la posición número 20 en materia de recursos culturales y 22 por biodiversidad natural (López, 2017). A nivel general el turismo en el país ha generado un ingreso por divisas por concepto de viajes de más de 5.000 millones de dólares, y una balanza de pagos positiva por este mismo concepto (Mincit, 2017).

A grandes rasgos, el turismo es uno de los principales contribuyentes de los ingresos monetarios, crecimiento económico, balanza de pagos, ingresos por divisas y la creación de oportunidades de empleo de un país, lo que le da soporte a los gobiernos en la promoción del turismo como una fuente de ingresos e Inversión Extranjera Directa (IED) (Falade & Dubey, 2014). Por consiguiente, es un sector que beneficia el Producto Interno Bruto en favor de la economía interna de una nación, a través de la entrada de dinero extranjero y por otra parte a la generación de empleo; y es por esta razón que las metas para el 2018 en Colombia bajo el marco del Ministerio de Industria Comercio y Turismo en cuanto a generación de divisas es de 6.000 millones de dólares y la meta con base al empleo en el sector turismo es de 300.000 nuevos empleos.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017) identificó que en junio del presente año el turismo en Nariño creció 627,04% con un crecimiento de enero a junio comparado el mismo periodo de 2016, lo que deja al departamento dentro de los 6 departamentos más visitados por extranjeros no residentes.

La importancia de realizar el presente trabajo a nivel social, es que le aportará a las familias campesinas al permitir su participación en las estrategias de desarrollo a través de

actividades relacionadas con el turismo rural, lo cual se identifica en el Conpes 3811 como una de las políticas y estrategias para los ingresos de las familias campesinas y la potencialidad exportable debido a las potencias ecológicas, paisajistas y entornos históricos de alto valor turístico del departamento (Departamento Nacional de Planeación - DNP, 2014) , además de la integración en el turismo de sectores centralizados como lo es el sector terciario el cual aporta el 66,6% del PIB regional a través de voluntariados sociales, comercio y servicios (Gobernación de Nariño, 2016).

Objetivos

Objetivo general

Evaluar el potencial del turismo rural para integrar a la comunidad rural del departamento de Nariño y el sector terciario para generar impacto positivo en la economía departamental.

Objetivos específicos

- **Objetivo específico 1:**

Identificar oportunidades y sitios potenciales para la generación del proyecto de turismo rural en el departamento de Nariño que permita la inclusión de sus habitantes rurales

- **Meta objetivo específico 1:**

Identificar en qué zonas están ubicadas las oportunidades de desarrollo de turismo rural en el departamento de Nariño.

- **Indicadores de logro objetivo 1:**

Número de zonas encontradas para el fomento del turismo rural.

- **Objetivo específico 2:**

Identificar carencias por parte de los prestadores de servicios turísticos rurales y sus demandantes.

- **Meta objetivo específico 2:**

Identificar los problemas presentados por parte de los turistas en búsqueda de turismo rural y los problemas que presentan los oferentes de este tipo de turismo.

- **Indicadores de logro objetivo específico 2:**

Priorización de la importancia de las falencias en los servicios prestados a turistas en zonas de práctica de turismo rural

- **Objetivo específico 3:**

Identificar las dificultades que tienen las comunidades rurales para hacer parte de la actividad turística

- **Meta objetivo específico 3:**

Determinar las barreras que tienen las comunidades rurales para participar en actividades turísticas junto con los oferentes.

- **Indicador objetivo específico 3:**

Número de variables percibidas como dificultad para la comunidad rural.

- **Objetivo específico 4:**

Propuesta para la implementación ante las falencias encontradas en el desarrollo de turismo rural en Nariño.

- **Meta objetivo específico 4:**

Propuesta que tenga en cuenta las distintas fallas encontradas en el departamento en materia turística rural.

- **Indicador objetivo específico 4:**

Fases para la implementación de la propuesta.

Marco Teórico

Turismo

La palabra turismo, fue tomada del latín, y su origen se explica a continuación:

La palabra francesa tour significa, en consecuencia, vuelta y su utilización es desde una perspectiva de “viaje circular” o viaje con regreso al lugar de origen, que se remonta posiblemente al siglo XVII cuando con ella se denominaba en Francia a los viajes que se realizaban a los principales centros culturales europeos. (Castro como se citó en Lanquar, 1978, p. 7)

El concepto de turismo involucra distintas áreas en la sociedad a través de la historia, por lo que este concepto ha sido analizado y definido desde diferentes ámbitos como la geografía, la economía y la sociología (Soriano, 2017). Entendiéndose hoy en día el turismo según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2017):

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (párr. 1)

El turismo es visto como una herramienta de progreso en una nación, dado que trae consigo un gasto por parte del visitante que se convierte para el receptor en una entrada de divisas. “El desarrollo local propiciado por el turismo tiene consecuencias positivas y negativas [...] se ha traducido en una considerable expansión residencial y en el aumento de los servicios en la comarca” (Durán, 2006, p. 522), debido a las actividades comerciales y de servicios, actividades que tienen como fin brindar oportunidades de esparcimiento que involucran a todos los sectores de una sociedad con un beneficio económico y social (Soriano, 2017) ante la inclusión de sus residentes. Además, de ser considerado como una de las estrategias clave del desarrollo socio-económico y al mejoramiento de su calidad de vida (Barriga, 2017).

Tipología del turismo

Según la OMT (2017) existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Los tipos de turismo son numerosos y cada autor presenta sus propias divisiones, pero es importante diferenciarlo a través de la tipología, ya que esta es necesaria para conocer las características de los consumidores y saber qué ofrecerles teniendo en cuenta que ellos conforman segmentos de mercado muy específicos (Castro, 2006), esta división permite segmentar a las personas que tienen distintos intereses y así aparecen las distintas modalidades de turismo existentes según las características de los compradores. Ibáñez & Villalobos (2012) afirman que la actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o de acuerdo al propósito del viaje, y de esta manera los autores realizan la categorización del turismo bajo dos grandes modalidades (Ver Tabla 2):

Tabla 2. *Modalidades, categoría y actividades turísticas*

Modalidad turística	Categoría	Actividad
Turismo tradicional	Sol y Playa	Visitas aglomeradas a playas y actividades acuáticas
	Actividades culturales	Visita sitios históricos y eventos (grandes ciudades)
	Otras actividades de ocio (lujosa infraestructura)	Visita de sitios tipo restaurantes, teatros y entre otros.
Turismo alternativo	Turismo Rural	-Ecoturismo: Talleres de educación ambiental, senderismo, observación flora y fauna, observación de ecosistemas, observación de atractivos naturales -Talleres Artesanales -Talleres y disfrute gastronómico -Aprendizaje de dialectos -Agro turismo -Fotografía Rural -Vivencias místicas -Ecoarqueología
	Turismo de Aventura	Montañismo Rappel Cabalgata Escalada Ciclismo de montaña Caminata

Fuente: Ibáñez & Villalobos (2012)

El turismo es tan diverso dentro de sus clasificaciones que “los tipos de turismo pueden oscilar entre el turismo de masas y la observación de la vida silvestre por especialistas o pueden abarcar diferentes tipos de turismo compatibles entre sí” (UNWTO, 2012, p. 40). Por consiguiente, se derivan categorizaciones como el turismo cultural, deportivo, de placer, de salud, de negocios, de congresos, naturalista, de naturaleza, ecoturismo, entre otros.

Turismo sostenible

La definición del turismo sostenible según la OMT-UNWTO (2012) es la actividad que debe “hacer uso óptimo de los recursos ambientales que constituyen un elemento clave en el desarrollo del turismo, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar el patrimonio natural y la biodiversidad” (párr. 2). Adicionalmente, el turismo sostenible es el método que fomenta la preservación, conservación y cuidado del medio

ambiente (Barrera, 2012), a razón de lo anterior esta categoría de turismo debe tener en cuenta los tipos de turismos que tengan relación del uso de recursos naturales o por consiguiente se lleven a cabo en áreas rurales o de naturaleza, teniendo en cuenta según Crosby (1996):

[Que] el desarrollo turístico sostenible de un área rural/natural debe entenderse bajo el concepto lógico de un entorno que evoluciona hacia la forma de destino turístico en el que los elementos y factores no turísticos pueden tener el mismo peso que los plenamente turísticos: es pues esencial comprender el nivel e intensidad de los impactos del turismo en dicha área. (p. 71)

Basados en la definición de turismo sostenible y lo anteriormente mencionado sobre la tipología del turismo, el turismo sostenible hace su uso mayormente en el turismo alternativo y es una categoría de influencia hacia el turismo rural (Ver Figura 2):

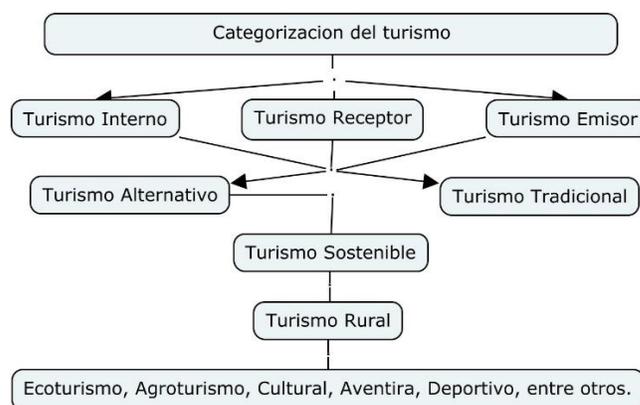


Figura 2. Categorización del turismo

Fuente: elaboración propia

Turismo Rural

En este contexto han surgido los nuevos productos turísticos que pueden ser definidos como aquellas actividades recreativas y turísticas que se realizan en el medio rural y en la

naturaleza, incluyendo por tanto todas las formas de turismo asociados a dichos términos (ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, aventura, turismo deportivo, etc.).

El turismo en áreas rurales es un segmento asociado a la prestación de alojamiento y/o restauración de granjas en mayor parte activas, en las que se hace participe al turista en las diferentes actividades agropecuarias (Crosby, 1996). Además de ser un turismo el cual “se dirige a segmentos determinados de mercado, que en general se caracterizan como una demanda de calidad, entendida como visitantes concienciados ambientalmente y con una cierta capacidad adquisitiva”(Henche, 2005, p. 115).

Como parte del turismo rural se encuentra el Ecoturismo, el cual la Ley 300 de 1996 en el artículo número 26 lo define como aquella forma de turismo especializado que se desarrolla en áreas con atractivo natural especial y se encuentra dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible, el cual busca la recreación, esparcimiento, educación del visitante a través de la observación y estudio de valores naturales y de aspectos culturales, siendo una actividad que produce un mínimo impacto en ecosistemas naturales y ayuda a la conservación del ambiente que lo rodea .

Asimismo, esta ley define el Agroturismo como un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en sus labores, siendo un tipo de turismo de actividades vinculadas a la agricultura, buscando generar un ingreso adicional a la economía rural.

Existe dispersión de definiciones según entidades o autores, siendo amplias estas definiciones Toribio & Vilardell (2007) encuentran que el turismo rural en esencia es “el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en el medio rural” (Instituto EMER, 1987), no solo lo anterior sino también Kastenholz (2017) basado en Lane (1994) precisan

que el turismo rural está bajo 5 principios y en efecto bajo el siguiente diagrama (Ver figura 3) se expone lo mencionado:

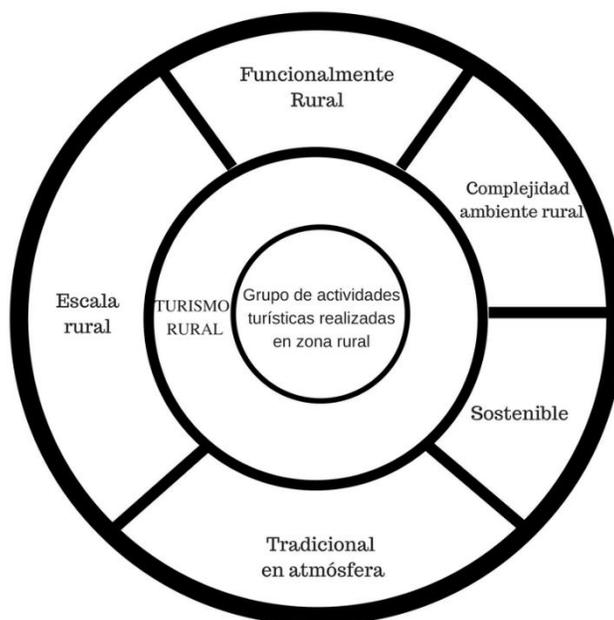


Figura 3. Cinco principios del turismo rural

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la anterior figura, Melgosa (2005) cita las cinco categorías: funcionalmente rural quiere decir que debe estar fundamentado sobre particularidades del mundo rural, como la pequeña empresa, los grandes espacios y el contacto con la naturaleza; escala rural; quiere decir que se debe practicar en general a escala intermedia y local; tradicional en atmósfera, que está ligado a las familias locales con un crecimiento lento, y que está bajo el control de las comunidades locales; sostenible, que evita el daño del ecosistema; la complejidad de un ambiente rural con respecto a que este situado en zona rural.

Marco conceptual

En relación con lo anterior, el marco conceptual de turismo está asociado a los siguientes conceptos:

Agencias y operadores turísticos: son las empresas intermediarias o quienes facilitan servicios turísticos a los turistas.

Gasto turístico: el gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos (OMT, 2017, párr. 2)

Hospedaje: lugar no permanente de estadía durante un determinado periodo.

Turismo receptor: engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (OMT, 2017, párr.5)

Turismo interno: “El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor” (OMT, 2017, párr. 6).

Turismo emisor: “El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno” (OMT, 2017, párr.1).

Turismo de Naturaleza: según la política de Turismo de Naturaleza hecha por el Mincit (2012), define como componentes del mismo, al Ecoturismo, Avistamiento de Aves, Avistamiento de Ballenas, Agroturismo, Turismo de Aventura, Buceo y turismo rural.

Agroturismo: el agroturismo es un tipo de turismo rural en el que un componente importante de la oferta turística es la acogida, alojamiento, gastronomía, ocio, participación

en tareas, etc., en la explotación agraria. [...], por naturaleza, es una actividad que se sustenta en la agricultura (Sayadi. 2001).

Ecoturismo: de acuerdo a la OMT- UNWTO (2002) el ecoturismo se refiere a todas las formas de turismo de naturaleza en las cuales la motivación de los turistas es la observación y apreciación de la naturaleza como también de las tradiciones culturales prevaleciendo en áreas naturales.

Turismo de Aventura: la realización de actividades deportivas con fines recreativos, con un rasgo distintivo de la superación de diversos desafíos impuestos por la naturaleza (SECTUR, 2004).

Turismo cultural: “Concebido como turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultural” (Santana, 2003, p. 81).

Senderismo: Gómez (2009) asegura que es la actividad física organizada en el medio natural. Por otra parte, citando a Fernández (1996) “es una actividad que consiste en caminar por la naturaleza siguiendo senderos, para llegar a un lugar prefijado que sea de interés, tal como vista panorámica, fenómenos naturales, refugios de montaña” (p. 32).

Sector primario: “Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza; y para efectos del presente trabajo se tendrá en cuenta las actividades agropecuarias dentro de este sector” (Banrep, 2017, párr. 12).

Sector secundario: “Comprende todas las actividades económicas en relación a las actividades de tipo industrial” (Banrep, 2017, párr. 4).

Sector terciario: “Es un sector de servicios e incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía” (Banrep, 2017, párr. 1).

Metodología

Diseño de la investigación

En el presente proyecto de investigación no se realizó algún experimento debido a que fue necesario entender el contexto natural de la situación a través de un estudio no experimental, en donde se realizó la observación de turistas extranjeros en la ciudad de Pasto; precisamente en el centro de la ciudad donde se encuentra el único punto de información turística de la región, y posteriormente indagar en el área circundante con dos agencias de turismo, sobre los servicios turísticos en materia rural, para finalmente entrevistar a la actual directora de la dirección de turismo departamental quien complementa la información recolectada para poder llegar a una conclusión en la que se pueda formular una propuesta para incluir a la población rural del departamento con actividades de turismo rural.

Enfoque de Investigación

El enfoque que se determinó para el proyecto de investigación fue el cualitativo, debido a que es un enfoque que permite describir, comprender e interpretar a través de las percepciones y experiencias de los participantes (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). De esta manera, se buscó entrevistar a los principales actores en la prestación de servicios y apoyo en turismo rural en la región de Nariño para ahondar en el conocimiento de la realidad turística del departamento y poder cumplir con los objetivos de investigación.

Muestreo

Para este caso se realizó un muestreo no probabilístico, debido a que la selección de la muestra debía ser cuidadosa y con ciertas características específicas; con este tipo de muestreo se logró obtener el contexto y situación, pues ofrecieron una gran riqueza de datos y permitió derivar a un análisis para un tema en específico como lo es el turismo rural en Nariño. Por este motivo, ante los únicamente 12 registros de guías turísticos en el departamento, dos de ellos eran los únicamente activos, de los cuales ambos practicaban turismo rural. Adicionalmente, un muestreo por casos críticos, desarrollado en la ciudad de Pasto durante los días de estadía en la ciudad, en la medida en que en el punto de información turístico del departamento se presente un turista extranjero no residente indagando por información. Finalmente, en las áreas rurales de Buesaco, Nariño; en la entrada al cañón de Juanambú se identificó una única familia que habita a tan solo unos metros de la entrada a este atractivo natural. Cabe adicionar que también se tuvo en cuenta a la directora de turismo de Nariño al ser experta en el tema.

Métodos y técnicas de recolección de datos

Como parte de los métodos de recolección de datos se realizaron entrevistas abiertas a diferentes fuentes de información; tales como una familia circundante a uno de los atractivos rurales de la región; asimismo ante guías turísticos registrados que practiquen el turismo y finalmente a la directora nacional de turismo departamental de Nariño. Por otra parte, técnicas de observación y observación participante, esto en los atractivos naturales de la región y sobre todo en el punto de información turístico de Nariño en la ciudad de Pasto y los oferentes en el área cercana y ver cómo interactúan con los turistas extranjeros no

residentes. Lo anterior se hizo con el objeto de desarrollar el enfoque propuesto, con el fin de estudiar la realidad del departamento en materia de turismo en su ambiente cotidiano y lograr entrevistar a sus participantes.

De lo anterior, la observación participante no desentona la estructura, hasta que se haya llegado a una comprensión del escenario; las entrevistas siguen el modelo de conversación normal y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas, como un intento de entender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas (Galeano, 2004). Así, es conveniente un enfoque cualitativo en donde la observación participante y las entrevistas jueguen un papel importante para lograr determinar motivaciones por parte del turista, falencias por parte de los oferentes y faltantes en materia turística regional.

Análisis de la información

El análisis de la información se realizó por medio de lo observado en el trabajo de campo en la ciudad de Pasto y la información dada por los entrevistados, en donde se logró cruzar información relevante, obtener necesidades e identificar problemáticas ante el objetivo planteado.

Cronograma

Actividad/Semana	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13
Diagnóstico del Departamento de Nariño													
Análisis del sector turismo en la región													
Recolección de información sobre potencialidades y debilidades													
Análisis de factores externos que influyen al turismo de Nariño (leyes)													
Propuesta Metodológica previo Análisis de los datos.													
Viaje a Nariño (Exploración, Observación y Entrevista a la oficina de turismo del dpto.)													
Análisis de la información recolectada													
Diseño de la propuesta													
Creación de la propuesta													

Desarrollo de objetivos

4.1. Identificar oportunidades y sitios potenciales para la generación del proyecto de turismo rural en el departamento de Nariño que permita la inclusión de sus habitantes rurales

Para el desarrollo del objetivo 1 dentro de las técnicas usadas se realizó un proceso de observación participante en la zona rural de Buesaco en donde se encuentra el cañón de Juanambú; adicionalmente una vez llegado al sitio se logró entablar una entrevista con una familia que habita a unos metros de la entrada al cañón, como se evidencia en las figuras posteriores:





Figura 4. Entrada al Cañón de Juanambú

Fuente: toma propia



Figura 5. Camino hacia el Cañón de Juanambú

Fuente: elaboración propia

La zona era pobre en infraestructura vial para el descenso, lo que fomentaba la prestación de servicios informales, como se ve en el recuadro rojo de la Figura 4; la entrada al cañón consistía de una vía destapada, y que para el descenso tocaba pagar un campero de

particulares que prestaban el servicio con un costo puesto a conveniencia, debido a que no hay regulación en la zona para evitar este tipo de situaciones.

Por otra parte, se pudo evidenciar por parte de la familia que existe una desconexión en conocimientos sobre la atención a turistas en este punto, en donde únicamente tienen una tienda de bebidas y alimentos; sin embargo, tienen escaso conocimiento sobre cómo podrían aprovechar cada turista que llega a la zona, dado que incluso la zona no recibe una cantidad considerable de visitantes, tampoco la familia tenía conocimiento sobre otros sitios turísticos de la zona, o incluso sobre el mismo cañón.

Sin embargo, la zona tiene distintos puntos de aprovechamiento para el paisajismo de los cuales no se encuentra material fotográfico en internet y no se tiene señalización de los mejores puntos para aprovechar el paisaje de la zona (Ver Anexo 3); además de estas zonas también se encuentra la zona de Yacuanquer, la cual es una zona que no ha tenido mayor difusión y tiene sitios naturales para el desarrollo de turismo rural (Ver Anexo 4), como lo es la Laguna Telpis un sitio potencial para el desarrollo de turismo en el departamento y del cual no se hace mención en la organización Colparques Colombia. Adicionalmente, la laguna verde del Volcán Galeras es otro lugar con potencial turístico. Finalmente, los anteriores lugares no tienen una planeación adecuada por parte de la gobernación y se deja la labor de planeación a la comunidad y al público en general.

Ahora bien, dentro de la entrevista realizada a Paola Vaca la directora de la dirección de turismo de Nariño (Ver Anexo 6), se logró identificar zonas que no tienen planificación turística y de persistencia de informalidad en turismo, y otras zonas que ya tienen gestiones realizadas para su protección y realización de turismo sostenible, a continuación según las entrevistas realizadas:

Tabla 3. *Sitios sin gestión formal para el desarrollo de turismo rural*

ZONA	SITUACIÓN
Laguna Verde (Volcán Galeras)	No se está haciendo turismo responsable en esta laguna, la zona se está deteriorando y no existe una señalización adecuada para su ingreso.
Laguna Verde (Volcán Azufra)	No existe gestión de turismo responsable, la flora se está afectando debido a esto [...] asimismo los frailejones [...] se abren caminos sin respetar el cuidado de la reserva [...] a pesar de ser una reserva por Corpo Nariño, existen predios privados alrededor y la laguna está en disputa.
Laguna Telpis	Zona abierta al público pero sin los controles necesarios del sector público.
Laguna Coba Negra	Existen problemas de propiedad sobre el terreno y está en disputa ya que una familia demuestra propiedad sobre el terreno.

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. *Sitios con gestión formal para el desarrollo de turismo rural*

ZONA	SITUACION
Cañón Juanambú	Actualmente a cargo de Comfamiliar Nariño, quien lo convirtió en un parque temático y están en la gestión de la zona baja del cañón, adecuando la zona con miradores y cobrando una cuota por la entrada que sirve para la manutención del lugar.
Laguna de la Cocha	Declarada lugar de reserva, suscrita como laguna de importancia internacional y también nacional se encuentra dentro de la red de parques nacionales, además del santuario de flora y fauna que se encuentra en medio de la laguna.

Fuente: elaboración propia

Identificar carencias por parte de los prestadores de servicios turísticos rurales y sus demandantes

Dentro de las entrevistas realizadas a los guías turísticos activos (Ver Anexo 5) de la región y también de entablar conversación con turistas extranjeros en el departamento y al mismo tiempo de participar como turista en la ciudad de Pasto (Ver Anexo 8), se encontró escasez de información en la oficina de turismo de la ciudad de Pasto (Ver Anexo 9), no tenían información turística de la región; tenían información sobre otros departamentos; por lo que dijeron que pasara más tarde para ir por un volante con información turística del departamento, y la persona que se encontraba en la oficina no tenía mayor conocimiento sobre puntos de interés. Al mismo tiempo, se encontraban extranjeros pidiendo información sobre cómo llegar a un sitio, estos extranjeros que se entrevistaron dijeron solo conocer de atractivos turísticos en Nariño el Santuario De Las Lajas y La Laguna de La Cocha.

Después de encontrar agencias circundantes a la dirección y de turismo y el punto de información turístico, los empleados de la agencia “Turismo Andino” no tenían conocimiento de dónde quedaba el cañón de Juanambú; siendo un sitio que se supone es de la región y quien sabía al respecto exigía tener un grupo de 20 personas para poder ir al Cañón de Juanambú. La siguiente agencia cercana me redirigió con “Turismo Andino” porque tampoco ofrecía algún tipo de turismo en la región y exigían un número de personas al igual que el primer sitio donde se preguntó.

Según los resultados arrojados junto con las entrevistas realizadas, incluyendo los guías, se encontró que existe una falta de capacitación turística y sobre todo existe una barrera en el idioma, debido a un bajo nivel de inglés que tienen estos, además de los volantes de información que únicamente se encontraban en español, no se evidenciaron volantes en otro

idioma diferente al español, la falta de capacitación general para atender a este mercado, no permite que este tipo de turistas logre conocer todos los atractivos naturales con los que cuenta Nariño. De esta manera, existe una falta de educación y capacitación completa para atender al mercado extranjero, los demandantes que no vienen bien informados sobre los atractivos turísticos tendrán dificultad de encontrar información sobre los sitios que ellos no tenían contemplados ante la escasa información que tienen incluso los puntos de información y diferentes agencias circundantes a la oficina de turismo departamental.

De esta manera, se identificó las siguientes carencias por parte de los oferentes:

- Capacitación / Educación (Idiomas).
- Falta de información turística completa en materia rural.
- No existe el aforo necesario para que las actividades de turismo rural sean rentables, por lo que estas agencias no pueden ofrecer el servicio individualmente.

De parte de los demandantes:

- Poco conocimiento sobre puntos de interés.

Identificar las dificultades que tienen las comunidades rurales para hacer parte de la actividad turística

En la entrevista enfocada a los habitantes de un hogar en el área circundante del cañón de Juanambú (Ver Anexo 3), se pudo evidenciar que esta familia tiene un nivel de desconexión alto en lo que se refiere a conexión a internet; por lo que no pueden aprovechar las herramientas que tiene internet para la comunidad; además de ser un tema de importancia para la educación, esta se limita a los colegios públicos cercanos, mas no en este tipo de hogares; en particular esta familia estaría dispuesta a tener contacto con extranjeros, debido a que esto le traería un ingreso extra a su hogar, pero consideran que

esto solo lo podrían lograr con el apoyo del Estado, en este caso de la gobernación del departamento, puesto que ante la falta de conocimiento de un segundo idioma, esta es la situación de este tipo de familias en general. Asimismo, bajo la dirección departamental anterior existían las fincas digitales en donde tenían casi 100 fincas funcionando con un programa de la gobernación en donde se utilizaban herramientas digitales para los procesos agro que tenían estas fincas, este proyecto no está en funcionamiento por el momento, pero se enfocó en la parte productiva; estas personas decían no haber escuchado de este tipo de programas.

Así, se tiene para este caso que este tipo de comunidades considera que sus dificultades en el aspecto de servicios turísticos son en las siguientes materias:

- Educación
- Conexión
- Herramientas
- Apoyo

Propuesta para la implementación ante las falencias encontradas en el desarrollo de turismo en Nariño

Entendiendo que las zonas identificadas en el objetivo específico número 1 colindan con comunidades rurales, y que estos sitios son frecuentados por guías turísticos que realizan actividades de turismo rural, y que en muchos casos estas personas necesitan capacitación en idiomas para poder atender a un público extranjero, la falta de capacitación, la escasa educación y conexión de las familias de comunidad rural y falta de herramientas tecnológicas ha derivado en la siguiente propuesta incluyente de los temas anteriores:

Por lo que se refiere al tema educativo, se propone poder crear una alianza a través de una ONG, en donde se maneje un programa de voluntariado, el cual debe consistir en traer a cooperantes internacionales nativos para la enseñanza de idiomas en estas comunidades del departamento; estas personas deberían venir por periodos de 6 semanas, y su pago en caso de que sea aportado por la comunidad, debería ser con el hospedaje, alimentación y un subsidio pequeño para que esta persona pueda movilizarse; ahora bien, en caso de que el gobierno pueda aportar el presupuesto, estas personas pueden venir por periodos de 6 a 18 meses. No obstante, su pago debería ser el de un cooperante internacional que puede oscilar entre 3 SMMLV (se toma como referencia a la ONG AIESEC). Esto permitiría mitigar de alguna manera el problema de lengua extranjera en estas comunidades.

En cuanto a las herramientas digitales, si estas familias se suscriben al programa, deberían adecuar sus hogares y casas para poder recibir extranjeros y poder generar una nueva fuente de ingresos; pero debido a la falta de conexión, estas deberán tener un asesoramiento constante por parte de voluntarios para poder atraer al turista extranjero, esto se puede lograr si estas casas se publican en plataformas globales tales como Airbnb, aprovechando el uso de este tipo de herramientas se le pueda dar una facilidad a la familia campesina y de paso al intermediario, esto unificándolo con la experiencia que tendrían de habitar en una comunidad rural.

En lo que respecta al conocimiento de los puntos turísticos; se necesitan mayores puntos de información turísticos cerca los sitios naturales o en los puntos de partida de los transportes que van a diferentes zonas del departamento, en tanto que una oficina no es suficiente, estas personas que trabajen en estos puntos se les debe exigir un perfil muy específico, debido a que no pueden errar al momento de dar información importante de un sitio en específico. En cuanto los sitios potenciales encontrados, cada uno de estos debería

tener presencia del sector público, para controlar lo que está sucediendo en el sitio; además de dar información relevante sobre otros sitios cercanos o parecidos a la zona que pueden visitar los turistas, debido a que al momento de estar en estos sitios, no hay información de ningún tipo sobre el lugar o de otros lugares que se pueden visitar.

Adicionalmente, debido al problema que tienen las agencias sobre el aforo de personas el cual necesariamente para que sea rentable y económico para los turistas, necesitan por lo menos un grupo de 5 personas o más para que este pueda ser prestado, en algunos casos era de 20. De manera que, para esta situación, se propone que dentro de los puntos de información turístico se maneje un cronograma específico de visitas a estos sitios, en donde le permita al turista agendarse incluso antes de llegar al departamento y poder ir a disfrutar de estos sitios, sin que se presenten inconvenientes por no encontrar una agencia disponible para el sitio.

Finalmente, los puntos en los que se pretende desarrollar la propuesta colindan con comunidades rurales, y se pretende que estas familias se acoplen a la propuesta, adecuando sus fincas y permitiendo pernotar a los turistas que así lo deseen. Los lugares identificados fueron 7 puntos, donde es posible realizar turismo rural; en estos lugares primero se necesita el apoyo de la gobernación con puntos de información turística, como primer paso para el orden territorial de estas zonas y de desarrollo de turismo responsable; de estos 7 sitios naturales se identificó su ubicación y se propuso el orden correcto para implementar la ruta rural del programa, junto con el cronograma que se debería tener para el uso e informe de los turistas próximos.

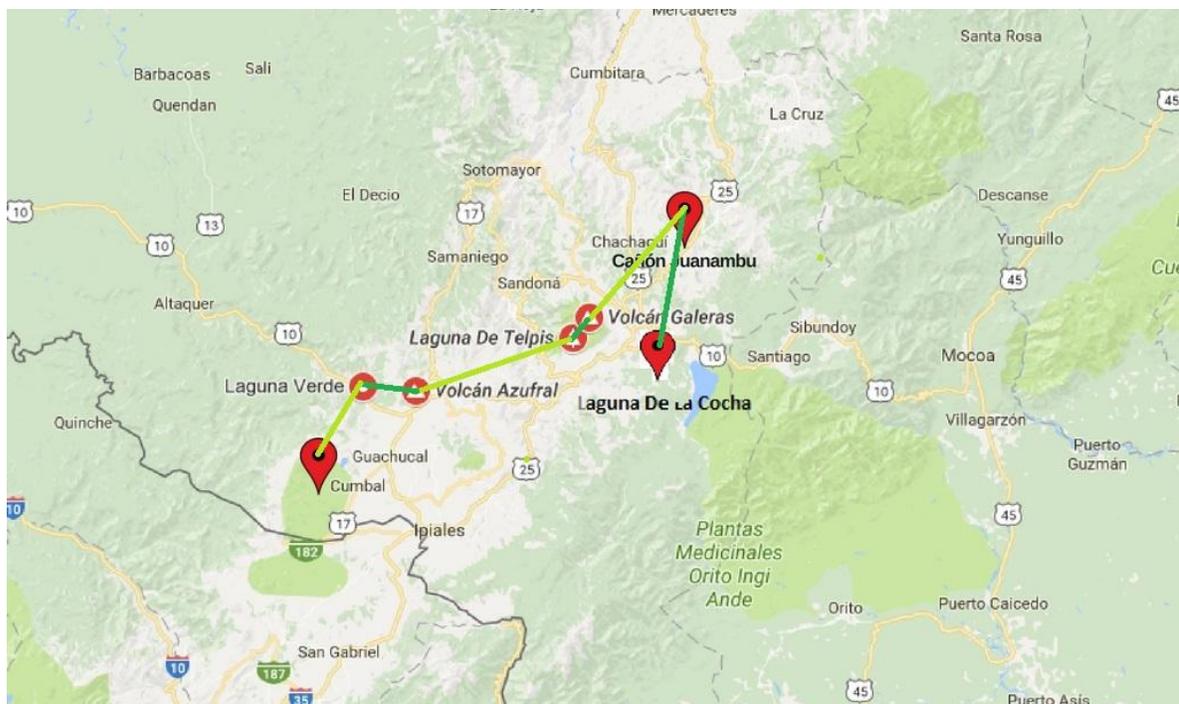


Figura 6. Programa Ruta Rural de Nariño

Fuente: elaboración propia

Dentro de esta ruta, el primer recorrido empieza por la Laguna de La Cocha, seguido del Cañón de Juanambú, en la llegada a Pasto, el recorrido lo sigue hacia el Volcán Galeras y su laguna Verde y los atractivos naturales del volcán, seguido de este punto se encontró la Laguna Telpis, después el Volcán Azufra y la segunda Laguna Verde del departamento y para terminar con el recorrido, en el Volcán Cumbal.

Fases de la propuesta Ruta Rural de Nariño

Tabla 5. Fases y descripción

FASES	DESCRIPCIÓN
Difusión en la comunidad rural	Se debe difundir el programa en las comunidades cercanas a los 7 puntos identificados para el desarrollo de turismo rural.
Acercamiento en la comunidad rural	Se debe especificar los beneficios monetarios y qué traería para la zona al adaptarse a este tipo de programas, así como una capacitación para el recibimiento de estas personas.
Suscripción de familias rurales	Si les llama la atención y previamente tienen claro los conocimientos, se abre el proceso de inscripción de familias que quieran pertenecer al programa.
Adecuación por parte de las familias rurales y capacitaciones por parte de los proponentes del programa	Una vez suscrito el convenio, la familia se compromete a arreglar su finca y ciertas adecuaciones para poder recibir turistas
Proceso de difusión junto con los inscritos al programa	Una vez las diferentes casas cercanas a cada zona hayan realizado sus arreglos, se hace el proceso de difusión con fechas de inicio de la ruta.
Reservaciones	Una vez difundido, se deben reservar cupos en los diferentes hogares; una vez se complete el número de reservas se iniciará el programa para todos los que reservaron el mismo día.
Uso	Es el tiempo en que la persona está viviendo su experiencia, que por lo que respecta a este proyecto, cada sitio tiene una duración de recorrido de un día.
Proceso de evaluación de la experiencia	Una vez se haya finalizado la experiencia del extranjero, se evalúa la experiencia.
Implementación de mejoras	Dado el proceso de evaluación, se implementarán mejoras para prestar un buen servicio.

Fuente: elaboración propia

Conclusión

El turismo es un motor de cambio para los países y regiones, generando oportunidades de inversión y empleo en zonas donde se logra potenciar. Si bien existen distintos tipos de turismo y estos dependen de las características de la zona en la cual se desarrolla, basta con enfocarse en las oportunidades y ventajas que ofrece un lugar en específico. En el presente trabajo se identificó una zona cuyas características geográficas y distribución de sus habitantes permite desarrollar turismo rural.

Se investigó en el departamento de Nariño sobre cómo se puede potenciar el turismo rural en esta región y se identificaron seis zonas para su desarrollo. Se reconocieron cuatro problemáticas actuales en el departamento en los destinos identificados: las zonas con potencial turístico rural no cuentan con la presencia necesaria del Estado para su uso adecuado. Segundo, como consecuencia de la falta de presencia de la Gobernación las zonas no cuentan con regulación alguna permitiendo el desarrollo de economía informal en el sector de turismo. Tercero, así mismo se presenta un deterioro tanto del ambiente de las zonas como sus respectivos recursos naturales ante el indebido uso de la zona por parte de operadores turísticos e individuos ejecutando actividades turísticas. Finalmente, la falta de puntos de atención turísticos en estos lugares no permite articular las demás zonas de turismo rural una a una para la creación de un paquete interconectado integrando los demás destinos del departamento.

Por otra parte, existen carencias en materia educativa. Si bien existen escasos guías turísticos registrados en el departamento, el idioma es una gran barrera al momento de adentrarse en el turista extranjero no residente. Adicionalmente, esta situación afecta el

único punto de información turística del departamento, en la medida en que no tienen las herramientas para dar respuesta a la demanda turística real que tiene el departamento.

Ahora bien, la desconexión de la comunidad rural en materia turística es un problema debido a que los pobladores no hacen parte de los programas que incentivan esta actividad, quedando excluidos de la economía generada por el turismo. Esta situación provoca que se desaproveche el posible potencial turístico rural en la región. Por otra parte, los operadores turísticos sí aprovechan la actividad económica de estas zonas. Sin embargo, lo hacen sin la suficiente responsabilidad social y ambiental hacia los destinos. Sumado a que el único punto en el que hace presencia el sector público de la región se encuentra centralizado en la ciudad de Pasto, habiendo más de 47 áreas de reserva natural y más de una ciudad con sitios de potencial turístico en Nariño.

Referencias

- Agencia de la ONU para Refugiados - ACNUR. (2006). *Diagnóstico Departamental de Nariño*. Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.acnur.org/t3/uploads/media/COI_2181.pdf
- Báez, J., & Pérez, T. (2009). *Investigación cualitativa* (2 ed., Vol. 2). Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Recuperado el Septiembre de 2017
- Banco de la República. (2017). *Biblioteca virtual*. Recuperado el Julio de 2017, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos
- Calpa, R. (2013). Pasto en la ciudad con mayor informalidad. Pasto, Nariño, Colombia: HSB Noticias. Recuperado el 2017, de <http://hsbnoticias.com/Pasto-es-la-tercera-ciudad-con-mayor-informalidad-29746>
- Cárdenas, J. (1995). *Descentralización y ambiente: Construcción de capacidad municipal para la gestión ambiental local en Colombia*. (Vol. 3). Colombia: Nómadas.
- CEPAL. (2016). *El departamento de Nariño frente a los objetivos de desarrollo del milenio*. Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.cepal.org/MDG/noticias/paginas/6/44336/Narino_final.pdf
- Consejo Privado de Competitividad. (2016). *Indicadores Nacionales de Competitividad Departamental*. Recuperado el 2017, de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sncei/Paginas/indicadores-nacionales-idc.aspx>

- Consejo Privado de Competitividad. (2016). *Informe Nacional de Competitividad 2016-2017*. Recuperado el Agosto de 2017, de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2016/11/CPC_Libro_Web_2016-2017.pdf
- DANE. (2016). *DANE*. Recuperado el 15 de Agosto de 2017, de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2016/Nariño_Pobreza_2016.pdf
- DANE. (2016). *DANE*. Recuperado el 15 de Agosto de 2017, de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2016/Nariño_Pobreza_2016.pdf
- de la Hoz, J. V. (2007). *Economía del departamento de Nariño: Ruralidad y aislamiento geográfico*. Banco de la República. Obtenido de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-87.pdf
- Departamento Nacional de Planeación - DNP. (2014). *Conpes económico 3811*. Recuperado el Agosto de 2017, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3811.pdf>
- El Telégrafo. (5 de Julio de 2016). Ecuador gana en los oscar del turismo como el mejor destino verde. *El telegrafo Ecuador*. Obtenido de <http://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/ecuador/3/ecuador-gana-en-los-oscar-del-turismo-como-mejor-destino-verde>
- Enríquez, M. (2011). *Mejorar la infraestructura de Nariño un paso para la generación de empleo*. Senado de la República de Colombia. Obtenido de <http://www.senado.gov.co/historia/item/12833-mejorar-la-infraestructura-de-narino-un-paso-para-la-generacion-de-empleo>

- Falade , O. T., & Dubey, S. (2014). Managing Tourism as a source of Revenue and Foreign direct investment inflow in a developing Country: The Jordanian Experience. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(3), 16-42.
- Fondo Nacional del Turismo - FONTUR. (2014). *Producto turístico y sustentable de Pasto*. Pasto, Nariño. Recuperado el Agosto de 2017, de https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/PRODUCTO_TURISTICO_Y_SUSTENTABLE_DE_PASTO.PDF
- Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa* (1 ed.). (L. B. V., Ed.) Medellín, Antioquia, Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Galvis, L. A., Moyano, L., & Alba, C. (2016). *La persistencia de la pobreza en el Pacífico colombiano y sus factores asociados (No. 014628)*. Banco de la República - Economía Regional. Obtenido de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/dtser_238.pdf
- García, I. (2017). En Nariño persisten deficiencias de infraestructura en calidad educativa. Nariño, Colombia. Recuperado el Agosto de 2017, de <https://www.radionacional.co/noticia/narino/narino-persisten-deficiencias-infraestructura-calidad-educativa>
- Gobernación de Bolívar. (2016). *Plan de Desarrollo Departamental de Bolívar*. Fundación Procartagena. Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.funcicar.org/sites/default/files/archivos/plan_de_desarrollo_5_de_mayo_16.pdf

Gobernación de Nariño. (2016). *Plan de Desarrollo Departamental de Nariño 2016-2019*.

Gobernación de Nariño, Pasto. Recuperado el 2017, de <http://xn--nario-rta.gov.co/inicio/index.php/gobernacion/plan-de-desarrollo>

Gobernación de Nariño. (2017). Nuestra Entidad. Recuperado el 2017, de <http://xn--nario-rta.gov.co/2012-2015/index.php/15-gobernacion-de-narino/nuestra-entidad/29-secretaria-de-turismo>

HSB Noticias. (2016). *Nariño Avanza en interconexión tecnológica*. Obtenido de <http://hsbnoticias.com/noticias/local/narino-avanza-en-interconexion-tecnologica-194332>

López, R. (2017). Turismo en Colombia segun Tourism Competitiveness Report 2017. *Revista Portafolio*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/negocios/turismo-en-colombia-segun-tourism-competitiveness-report-2017-504786>

Martínez, J. J. (2016). *Informe de Gestión: Febrero*. Gobernación de Nariño, Pasto, Nariño. Recuperado el Septiembre de 2017, de http://aplicaciones.narino.gov.co/ACCESO/forms/reporte/InformesGestion/Informe-febrero2016_DespachoGobernador-Turismo.pdf

Mincit. (2012). *Mincit*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=66532&name=Plan_de_desarrollo_turistico_de_Narino_1.pdf&prefijo=file (2012)

Mincit. (2016). *Mincit*. Recuperado el 2017, de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16590/informes_de_turismo

Mincit. (2017). *Normatividad Turismo*. Recuperado el 2017, de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo - Mincit. (2012). *Mincit*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=66532&name=Plan_de_desarrollo_turistico_de_Narino_1.pdf&prefijo=file (2012)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2017). *Informe de Turismo: 18 de Junio de 2017*. Recuperado el Julio de 2017, de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81627&name=OEE_LL_Turismo_Junio_18-07-2017.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=64224&name=POLITICA_DE_TURISMO_DE_NATURLAEZA_22_SEPTIEMBRE.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Educación de Colombia. (2014). *Nariño busca aumentar el índice de digitalización en el departamento*. Recuperado el 2017, de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-345988.html>
- Narino info. (27 de Octubre de 2016). Así vamos en ciencia, tecnología, innovación, herramientas TIC y gobierno abierto en Nariño. Pasto, Nariño, Colombia. Recuperado el 2017, de <http://narino.info/2016/10/27/asi-vamos-en-ciencia-tecnologia-innovacion-herramientas-tic-y-gobierno-abierto-en-narino/>
- Organización Mundial del Turismo-OMT. (2009). *Colombia: De nuevo en el mapa del turismo mundial*. Obtenido de unwto: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/colombia09_s.pdf
- PERS- Plan de Energización Rural de Nariño. (2014). *Caracterización social y económica del departamento de Nariño*. Pasto, Nariño. Recuperado el Agosto de 2017, de

<http://sipersn.udenar.edu.co:90/sipersn/docs/ipp/ISSE/CaracterizacionSocialyEconomicadelDepartamentodeNarino.pdf>

Porter, M. (2004). *Cadena de valor*. México: Editorial CECSA.

Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva*. México: Editorial Grupo Patria.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2016). *Soporte del PNUD para la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. PNUD.

Recuperado el Agosto de 2017, de

<http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/poverty-reduction/undp-support-to-the-implementation-of-the-2030-agenda.html>

Ramírez, J., & de Aguas, J. (2015). *Escala de la competitividad de los departamentos de Colombia*. CEPAL en Colombia. Recuperado el 2017, de

http://www.cepal.org/sites/default/files/document/files/informe_escala_de_competitividad_regional_2015.pdf

RCN. (2016). *Departamento de Nariño: Informalidad Tierra Rural*. Recuperado el 2017, de <http://www.rcnradio.com/locales/departamento-narino-67-informalidad-tierra-rural/>

Ritchie, B. J., & Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 5(44), 1049-1066. doi:<https://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122010000500003>

Sánchez, P. A., & Tsao, J. F. (2015). *Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A - BANCOLDEX*. Recuperado el Agosto de 2017, de <https://www.ptp.com.co/documentos/Informe%20Consolidado%20Directorio%20Establecimientos%20Turismo%20de%20Naturaleza%2002%2015.pdf>

Silva, A., Trejos, C., Martínez, D., & López, G. (2016). Nariño: un territorio por conocer. Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e innovación - SNCCTI. (2016).

Competitividad Departamental . SNCCTI. Recuperado el 2017, de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2016/11/CPC_Libro_Web_2016-2017.pdf

Such, M. J., Zapata, S., Risso, W. A., Brida, J. G., & Pereyra, J. S. (2009). Turismo y crecimiento económico: Un análisis empírico de Colombia. . *Estudios y perspectivas en turismo*, 18 (1), 21-35.

The Telegraph UK. (15 de Enero de 2017). *The Telegraph*. Recuperado el Agosto de 2017, de <http://www.telegraph.co.uk/travel/arts-and-culture/The-worlds-most-beautiful-churches/>

UNESCO. (2009). Recuperado el Julio de 2017, de <https://ich.unesco.org/en/RL/carnaval-de-negros-y-blancos-00287>

Universidad de Antioquia. (2013). *Aprende En Línea - Universidad de Antioquia*.

Recuperado el 2017, de <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/gestiontecnologica/mod/book/tool/print/index.php?id=25577>

UNWTO. (2016). *Tourism Highlights*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

Ventura, V. (2011). El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina.

Anexos

Anexo 1. Análisis DOFA departamento de Nariño

Fortalezas

- Nariño contiene el 10% de los recursos de flora, el 11% de las especies de anfibios, el 17% de las especies de reptiles, el 38% de las especies de mamíferos, el 56,2% de las especies de aves del país. (Gobernación de Nariño, 2016).
- La riqueza paisajística, gastronómica, cultural, histórica y ecológica de los municipios del departamento de Nariño, tienen características de calidad y de valor agregado en los productos y servicios que se pueden dar a conocer a nivel nacional e internacional (Silva, Trejos, Martínez, & López, 2016).
- Facilidad para distintos segmentos de turismo; de naturaleza, por el ecosistema que compone Nariño con sus volcanes (Galeras, Doña Juana, Chiles, Azufral), lagunas (Verde y de La Cocha) e Isla de la Corota declarada Santuario de Flora y Fauna; religioso, por sus catedrales (Basílica de Sandoná, Las lajas, Señora de La Playa y la Ermita) una de ellas con el Cristo en Madera tallado a mano más grande del mundo declarado patrimonio nacional (Gobernación de Nariño, 2017), otra considerada por el diario británico The Telegraph UK (2017) como una de las iglesias más hermosas del mundo; turismo de cultura, con los Carnavales de Blancos y Negros declarado por la UNESCO (2009) como patrimonio inmaterial de la humanidad; así como para el turismo de aventura en la zona andina por su geografía que lo permite (Gobernación de Nariño, 2017).

Debilidades

- La alta informalidad del departamento en todos sus sectores alcanzando también la informalidad en tierra rural con un porcentaje del 67% (RCN, 2016). Lo que hace que no se perciban ingresos a través de leyes como la Ley 1101 de 2006, haciendo de Pasto una de las ciudades con mayor informalidad del país (Calpa, 2013).
- Nariño tan solo cuenta con dos guías profesionales de turismo de naturaleza lo que representa el 0,35% del total nacional. (Sánchez & Tsao, 2015).
- Existen solo 39 prestadores de servicios turísticos en el sector Turismo de Naturaleza en el departamento de Nariño, lo que representa el 0,8% de la

participación nacional, (Sánchez & Tsao, 2015) siendo un valor pequeño de oferentes de este tipo de servicios en Nariño en comparación con el resto del país.

Oportunidades

Según la Organización del Turismo en su estudio realizado a Colombia (2009) encontró:

- El turismo en el 2007 se convirtió en la tercera actividad de exportación, después del petróleo y el carbón en Colombia.
- Además, en el año 2016 según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el número de viajeros extranjeros no residentes que entraron a Colombia fue de 2.589.397 de los cuales el 80,51% provenían desde América; el 16,98% era de Europa; el 2,35% arribaban desde Asia y Pacífico y el restante 0,14% desde África. Asimismo, el ingreso por divisas por concepto de viajes fue de 5.688 millones de dólares.
- Por otra parte, la observación de aves es una de las actividades más promocionadas dentro del turismo de naturaleza del país dada la gran biodiversidad aviaria que se encuentra en el territorio nacional. Siendo Nariño un departamento con potencial rural para tipos de turismo especializado como el ecoturismo y relacionados. (Mincit, 2016)

Amenazas

- El departamento de Nariño por su ubicación fronteriza limitando con el Ecuador, tiene competencia fuerte con este país por su cercanía, el avance del país vecino en la industria es mayor frente al departamento, justificado en que su capital, Quito en el más reciente concurso World Travel Awards (2016) galardonó a la capital ecuatoriana como destino líder en Sudamérica.
- La infraestructura para el turismo fue potenciada en este país a través de la conectividad de sus ciudades ejecutando proyectos de rehabilitación vial y ferrocarril en el mejor de los casos, en donde trazaron líneas del tren para recuperar sus antiguas vías férreas. (El Telégrafo, 2016)

Anexo 2. Descripción de las leyes y decretos que influyen en el turismo

Leyes-Decretos	Descripción
El Decreto 2251 de 2012	Con el cual se selecciona a FIDUCOLDEX como la entidad que administra el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR.
El Decreto 297 de 2016	En el cual se “reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos” en el cual se liquida el IVA a la tarifa de cero (0%) siempre y cuando el beneficiario sea un no residente (residentes en el exterior y/o nacionales que ingresen al territorio nacional sin el ánimo de establecerse en Colombia, con los respectivos documentos señalados en el decreto).
Ley 1101 de 2006	Exigencia de la inscripción de las prestadoras de servicios turísticos ante el registro nacional, y el recaudo generado por el mismo se destina a la promoción y competitividad del sector. Se exige un aporte calculado sobre los ingresos netos operacionales para las ventas de los hoteles, restaurantes, agencias de viajes y prestadores de servicios turístico con excepción de los guías de turismo
Ley 1450 de 2011	Por la cual se creó el Fondo de Promoción Turística, “encargado de manejar los recursos provenientes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo y que tiene como por objetivo destinar los recursos exclusivamente a planes de promoción y mercadeo turístico para fortalecer y mejorar la competitividad del sector.”
Ley 1558 de 2012	“Es una obligación de los prestadores de servicios turísticos así como las personas o entidades a cargo de la administración de todos los atractivos turísticos registrados en el inventario turístico nacional [...] hacer cumplir que el servicio profesional de

	<p>guionaje o guianza turística sea prestado únicamente por guías de turismo inscritos en el registro nacional de turismo” de la misma manera las agencias solo deben intermediar la prestación de servicios solo con empresas registradas en el registro nacional de turismo.</p>
--	--

Fuente: elaboración propia

Anexo 3. Cañón del Juanambú



Fuente: elaboración propia

Anexo 4. Destinos turísticos rurales de Nariño



Laguna Telpis



Laguna Verde – Volcán Galeras



Laguna Verde – Volcán Azufral



Laguna de la Cocha

Fuente: Banco de imágenes de Gobernación de Nariño (2017)

Anexo 5. Entrevistas realizadas a Guías turísticos de Nariño

Entrevista Agencia de Turismo Rural Corpo Miramontes (María Eugenia Rosero)

Mario: ¿Consideran que las instituciones públicas han fomentado el fortalecimiento del turismo?, porque institucionalmente el apoyo ha sido mínimo, apenas estamos creciendo en esa parte, teniendo en cuenta que nos visitan muchos extranjeros pero no tenemos la infraestructura ni conocimiento básico para atender a esos clientes, y se convirtió en una necesidad para hacer otra parte de nuestras vidas, debido a que Nariño es netamente agrícola y también sobre la protección forestal, nosotros nos dedicábamos a la conservación ambiental y de bosques. Sin embargo las alternativas que tenían estas comunidades, aquellas que se les prohibía la tala de bosques, se les decía que habían otras alternativas en vez de la tala de bosque, ellos nos preguntaban ¿Qué otras alternativas hay? Nosotros les decíamos, el ecoturismo, la guianza turística, lo que corresponde al turismo rural y todas las fases del turismo. Sin embargo no existía la ayuda básica del gobierno. Las organizaciones y ONGs empezaron a creer en esa parte, a decir que es necesario atender a las comunidades que vienen, empezar a crear esas opciones en donde podamos intervenir en esa parte del turismo.

Mario: ¿Yo estaba viendo?

MR: Los grupos, organizaciones, ONG y asociaciones de las comunidades han fortalecido el turismo, porque a nivel...

Mario: Dentro de lo que investigué y el sector agropecuario es muy fuerte en Nariño, pero no encontré el impacto de los hoteles en esta parte del servicio. ¿Existe informalidad en este tema?

MR: En FONTUR encuentras la lista de los hoteles formalizados. Ahora hay muchos hoteles incluso por el terminal, años atrás eran descuidados, pero en este momento tienen otra visión, yo hablaba con alguien de un hotel, y me di cuenta que su atención ha cambiado su forma de expresarse y atender al cliente, se han educado porque quieren capacitarse y quieren entrar en esta parte turística.

Mario: Revise el Plan de Desarrollo y encontré que este último empezaron a mencionar el turismo sostenible, y había un proyecto en el anterior Plan de Desarrollo, proyectos con fincas en donde 100 de ellas estaban inscritas para la realización de turismo rural, como

hacen los usuarios para llegar a estas agencias que trabajan con estas fincas, donde comunican esto

MR: Sinceramente las agencias lo manejan independientemente, pero es muy escaso, debería haber un plan donde se haga una convocatoria grande para poder articular algunos procesos. Si los hay en las oficinas de turismo, solo los que se han relacionado, pero en este caso nuestra agencia de turismo, la empezamos nosotros y toda la publicidad la manejamos directamente nosotros, los grupos de apoyo de la gobernación son cerrados.

En el Encano existe este tipo de turismo rural, son reservas de la sociedad civil y trabajan con turismo agropecuario y rural, son fincas que organizan el turismo. Escasamente se maneja acá, pero solo tengo conocimiento de una finca en Nariño donde te levantan en las mañanas, tú vas por los huevos a donde las gallinas, sacas tu propia leche, es lo que se pretende con el turismo rural, si hay cosecha de papas tú lo puedes hacer, porque es involucrar al turista en la parte agropecuaria.

Entrevista Javier Mauricio Burbano – Guía turístico

Mario: ¿Nariño tiene potencialidades turísticas?

Mauricio: Por las características y condiciones de ecoturismo hay potencialidad para el avistamiento de aves. Se está trabajando y hace 10 días vinieron de FONTUR y se están dando los primeros pasos para construir el club de avistadores de aves acá en Nariño. En el mes de octubre se realiza la décima versión en el Pie De Monte costero nariñense en donde cada año se realiza un encuentro de personas que gustan de este tipo de turismo, vienen muchas personas de otros países, serán tres días donde se realizará el avistamiento de aves, se harán charlas y habrá encuentros con las otras personas. En este aspecto se ha ido avanzando.

Con respecto a lo que me decías de las reservas, Nariño es pionero en el tema de las reservas privadas, aproximadamente hace 30 años, se comenzó a construir el concepto de lo que son las reservas privadas de la sociedad civil en la laguna de la cocha en este momento son 54 reservas. Son personas que voluntariamente han dejado una parte en conservación y otras hacen una producción sostenible y han venido capacitándose y fortaleciéndose, ganado varios reconocimientos y premios, no solo a nivel nacional sino internacional.

Otra ventaja que nosotros tenemos es que en Nariño hay 4 parques nacionales, galeras, Sanquianga, Inguiande y el otro es corota, en parques nacionales su trabajo de parques con la gente viene siendo un proceso muy importante en lo que es zonas de función amortiguadora

Mario: ¿A qué te refieres con zonas con función amortiguadora?

Mauricio: Es el área circundante al parque nacional o al área protegida, con el propósito de mitigar los impactos y minimizar los tensionantes para el parque. Se viene adelantando mucho sobre este tema

Mario: ¿Sabes si ha habido inconveniente sobre ese tema en algunos parques? ¿Qué situación se presenta en ese caso?

Mauricio: Casos específicos; el galeras tiene 3 destinos que son muy llamativos, uno es laguna Telpis en el municipio de guayanquer, que está abierto al público; el otro es Curcunila, el acceso es por Pasto, pero está cerrado por la actividad volcánica; el otro es Coba Negra en la vía a Ipiales y este está cerrado porque hay un problema de propiedad, que incide de la laguna de la Coba Negra, hay una familia que demuestra propiedad sobre el terreno y están en una situación jurídica por el parque; en lo que se refiere a La Corota, se ha llegado a buenos acuerdos entre Parques y la comunidad, porque antes de que fuera declarado santuario de flora y fauna, la comunidad celebrara la fiesta en La Corota, cuando parques entra elabora un plan de manejo y elabora una capacidad de carga y da unas recomendaciones, hubo un choque con la gente porque ellos lo manejaban de un manera diferente, en Saquianga ya que queda en la costa pacífica.

Mario: ¿Y el acceso?

Mauricio: Sí, es un poco distante, la otra situación es el orden público, porque es una zona de influencia guerrillera, ahora ha mejorado mucho con este tratado de paz. Con respecto a Inguiande, de plantas medicinales hay un área muy mínima que corresponde al municipio de Pasto correspondiente al corregimiento de Santa Bárbara, lo conocemos como Río Bobo, donde no se ha avanzado mucho, porque es muy mínimo con respecto al área, pero si tiene jurisdicción, no recuerdo cuantas hectáreas pero son 400 aproximadamente de todo el parque, es un poco extenso.

Mauricio: Te cuento que venimos avanzando, después de gestiones de muchos años, el SENA por fin accedió a abrir la tecnología en guianza turística, otro inconveniente es que

aquí no hay guías certificados, los hay contados, entonces se dio una gestión con la Cámara Comercio básicamente con el apoyo de la alcaldía y la gobernación, y el SENA abrió la tecnología, yo estoy participando de esa tecnología, en este momento estamos 25 personas, ya hemos avanzado más de un 50%, y este año terminamos la parte teórica, y para el otro año avanzaríamos para la parte final y podríamos cumplir este requisito, el gobierno nos ha ido apoyando con FONTUR, hay aproximadamente entre 50 y 80 personas que nos dedicamos a este tema, y estamos estudiando inglés con nativos, un proceso muy necesario, la gobernación y la alcaldía han venido liderando los procesos importantes, existe una mesa departamental del turismo, ya hemos venido avanzado en ese tema, a Nariño se lo mira por esa característica; además de la oportunidad de salir con otras personas, de ciudades fuera de Nariño y quedan muy contentos porque conocen el “Tapiz de retazos” vienen a conocer el departamento de montañas, de volcanes, de lagunas, y donde la comunidad hace parte fundamental de este proceso, vamos por un buen camino.

Asesora Mauricio: Lo importante del proceso de turismo, es que los nariñenses son arraigados, si la empresa de turismo lleva un grupo turístico a recorrer la zona, las agencias involucran a las zonas, como comprar los refrigerios, o si necesita un guía para que conozcan las zonas, lo que hacemos es tratar de hacerles conocer otros lugares, una cascada que nadie conoce, se hacen esos recorridos y allá nos espera la comunidad con lo que ellos tengan, se les da la oportunidad de que si en el lugar hay trucha, pues que la comercialicen, se les dice a esas personas, para que la gente también vaya con la visión de comprarle a ellos, esto como para ayudar en la parte económica de esas zonas, eso es fundamental acá en esta parte sistemática.

Lo que decía Mauricio que ha tenido la experiencia de atender hasta 80 o noventa personas en un solo grupo que vengan de diferentes partes de Colombia, estas personas quedan encantadas de Nariño, las personas quieren volver, cuando se mira ese enfoque del aporte que hacen de las comunidades rurales ya sea en alimentación o guianza.

Mauricio: El tema cultural religioso es importante, Pasto es la ciudad teológica de Colombia, tenemos bastantes iglesias, aquí se han desarrollado hechos históricos de los cuales se pueden contar historias, podemos entonces entender por qué al pastuso se le conoce una persona inferior, por qué surge el chiste pastuso, la gente viene a conocer el galeras, el santuario de las lajas y la laguna de cocha, las lajas según un diario británico es

una de las más bellas del mundo, y la cocha es la segunda laguna tropical más grande y en mejor estado de conservación. Hay muchas otras cosas por las condiciones geográficas, en últimas por el acercamiento del ecuador es importante, y la gente aprovecha también para visitar Ecuador.

Asesora Mauricio: La verdad es que Ecuador nos lleva años luz en la parte de turismo, relacionado con la frontera únicamente uno se da cuenta, vías, infraestructura, hay una diferencia tremenda en el Nevado Del Chiles, tenemos dos poblaciones juntas, que es Chiles y Tufiño-Ecuador, tu pasas 2 kilómetros y ya los puedes caminar, del lado de Colombia hay aguas termales y del lado del ecuador, la diferencia de infraestructura es tremenda, uno va al ecuador y es muy bonito es un lugar tan perfecto para disfrutarlas, y en Colombia no, la infraestructura es pobre porque se les deja a las comunidades, son ellas mismas las propietarias del terreno, de pronto por que no se ha visto el potencial de Nariño.

Mario: ¿Ustedes como hacen para conseguir los turistas nacionales? ¿A través de qué medios? ¿Cómo llegan a estas personas?

Mauricio: Redes sociales, y el segundo es el carnaval de Blancos y Negros, este porque es una vitrina ya que llega mucha gente y muchos turistas, y afortunadamente tenemos un punto de información turístico en la oficina de turismo de la alcaldía y la gobernación, ellos tienen una base de datos, tú me contactaste a través de José Teron el policía de la oficina de turismo, ellos tienen una lista de los operadores y nos contactan, lo otro a través e Coomeva, somos proveedores de Coomeva y ellos están a nivel nacional y tuvimos la oportunidad de ser sede del encuentro regional de caminantes, estuvieron personas de 5 departamentos y hemos comenzado a abrir un espacio, tanto la gobernación como la alcaldía vienen haciendo campañas fuertes de publicidad a nivel regional y nacional, en este momento hubo una reunión con el sub gerente y sub director de Procolombia que quiere iniciar una campaña en el Ecuador, y se quiere avanzar en Nariño para que seamos sede nacional e internacional, el próximo año seremos sede en campeonato mundial de Chaza, eso nos sirve mucho para tener esos espacios de difundir lo que se hace acá.

El gobierno viene apoyando mucho a Nariño, en este momento hay un programa de Nariño que se llama Encadenamientos Comerciales y de Nariño vamos a participar 8 instituciones entre operadores, agencias y se va a participar en un evento en Medellín, del 4 al 6, en un evento de promoción turística en Bogotá y Barranquilla. FONTUR, organiza

estos eventos y van a asistir personas de todo el país, vamos a compartir experiencias y cada empresa va dar a conocer sus productos.

A nivel local nosotros trabajamos con empresas, hemos presentado nuestro portafolio a empresas y ya hemos hecho salidas, como el fondo del instituto departamental de salud, con Coomeva, el próximo viernes tenemos una socialización de nuestros productos con Corpoica, venimos trabajando con empresas y es nuestra forma de difundir lo que hacemos,

Asesora Mauricio: Nos hemos dado cuenta de que las políticas del sector son fundamentales para el desarrollo del turismo en este departamento, en el caso de Coomeva, tiene lo de caminantes a nivel nacional y lo de recreación, y lo han enfocado en ese lado, en la parte turística y recreación, esto es importante porque nos dan esa oportunidad.

Lo que yo te decía hay muchos grupos informales que hacen turismo en diferentes lugares departamento, que son fundamentales, que es importante que se desarrollen, sin embargo la parte de recursos y apoyo que se lleva a ellos no se logra, acá se ha logrado llegar a FONTUR, por el idealismo de cada agencia, porque con recursos propios se ha intentado irse superando y llegar a momentos en donde lo tienen en cuenta, hay cientos de grupos que son informales, y se han quedado en la localidad, lo bonito de esto es que esos grupos que ya están formalizados, puedan involucrar a los grupos pequeños para que en Nariño el turismo sea como debe ser.

Mario: Gracias, voy a finalizar la grabación.

Anexo 6: Entrevista Paola Vaca Directora de la dirección de turismo de Nariño

Entrevista Directora de la dirección de turismo de Nariño – Paola Vaca

Mario: Me encuentro con Paola Vaca, ella es actualmente la directora de la dirección departamental del departamento de Nariño, Paola nos va a responder unas preguntas con respecto al departamento en el área de turismo

Mario: Paola, ¿cuáles son los proyectos más ambiciosos que tienen en este momento en el departamento de Nariño con Base al Turismo?

Paola: Bueno, tanto como un proyecto ambicioso no tanto, nosotros tenemos varios proyectos en el departamento, son los siguientes:

Tenemos en este momento dos proyectos aprobados por el Mincit, uno en promoción y otro en sistema de información turística, Nariño no tiene información turística realmente, no sabemos cuántos turistas tenemos al año, no tenemos cifras claras, digamos que es la cifra de COTELCO, pero no es una cifra muy clara, porque no todos los hoteles que están en Nariño están afiliados a COTELCO, segundo, Nariño hace parte de la zona de integración fronteriza por parte del Ecuador, entonces eso permite que los ecuatorianos que llegan al departamento no tengan que hacer un registro en la frontera, por lo tanto no tenemos una cifra específica de cuantos visitantes tenemos en el departamento.

Con respecto a lo que me estás diciendo, había leído un informe del DANE, en donde el turismo había crecido en un 600% en la región. ¿De ese 600% no se sabe qué tipo de turismo hacen las personas? Ellos entran al departamento a hacer una escala para ir a otro lugar, no se tiene esa información

Precisamente hay un informe y es del Ministerio de Turismo, está ubicando a Nariño en segunda posición, y nos dice que tenemos... espérame un segundo y reviso el dato porque no lo tengo en aquí... según el informe de 2017, Nariño es el segundo departamento más representativo de llegadas de extranjeros no residentes, en el 2016 tuvimos una cifra de 14.251 y 2017 82.929, esto nos da un incremento de la llegada de extranjeros no residentes de 408%. ¿A qué se deben estas cifras?, si bien se han incrementado el número de visitantes al departamento, uno es por la paz, el tratado, la paz ha influido bastante en el tema de incremento de turismo a nivel nacional no solo de Nariño, segundo Nariño ha sido uno de los departamentos que aparece dentro de uno de los primeros lugares de cultivos de coca, segundo también continuamos con conflicto armado sobre todo en la costa pacífica, entonces

han llegado muchas ONGs al departamento, a ver cuál es la situación, porque se da la situación, según lo que hemos visto, la llegada de extranjeros también ha aumentado por este tema y también por conocer al departamento, esas cifras se registran precisamente en aeropuertos; pero nosotros somos un departamento fronterizo, y la llegada también al departamento también mucho es de ecuatorianos, se debe a ese paso, además hay extranjeros que hacen registro en la frontera pero no es representativo por llegada terrestre, por eso se hace necesario tener ese sistema de información, que eso hace parte del centro de información turística del ministerio a nivel nacional y pues estaríamos haciendo las gestiones con el Ministerio de Relaciones Exteriores para ver si se puede implementar una medida en la frontera para poder llevar ese registro, la idea no es ponerle tramites o más cosas al visitante, si no que nos permita llevar un registro, en este momento se está manejando de la cancillería de un registro en internet, que le permita llegar al ecuatoriano a un registro que pueda tener devolución del IVA y estamos viendo con la cancillería si esto se puede implementar.

Mario: Paola, una pregunta, con base a los problemas que tiene turismo ¿en qué es lo más se debería enfocar la inversión, qué problemáticas existen o que no está funcionando bien?

Paola: ¿Te hablo primero de los proyectos?

Mario: Dale, proyectos.

Paola: Ese es uno de los proyectos, el otro es de promoción nacional que tenemos con FONTUR entonces este año tenemos un proyecto aprobado que nos va permitir hacer promoción nacional, por tres partes, material promocional impresión de material promocional, pauta en aeropuertos, aerolíneas y vamos a pautar en medios de radio nacionales, tenemos también misiones comerciales, entonces vamos a llevar a nuestros operadores a tres ciudades Medellín, Bogotá y Barranquilla, y vamos a tener dos Fan Trip en el departamento; esto con base al material promocional.

Segundo, el otro proyecto que también es con cooperación internacional con AIESIF – Agencia Española de Cooperación Internacional, es un proyecto denominado hacia turismo comunitario; entonces ese es una de las fortalezas del departamento por sus costumbres, tradiciones, poblaciones campesinas, indígenas y todos los procesos que ellos adelantan. Este año se hará esa caracterización sobre donde están ubicados principalmente, se está haciendo énfasis, en Pasto, Ipiales y Tumaco.

El otro proyecto ya viene directamente con el departamento que es la gran apuesta, tú me preguntabas cuál es la gran apuesta, esta es una de las apuestas que tenemos ya directamente del departamento, es un proyecto por 2300 millones de pesos, en mejoramiento y señalamiento en los sitios turísticos, es la intervención del sitio en mejoramiento de senderos y de ese tipo.

Mario: ¿Ese proyecto ya empezó?

Paola: No, ese proyecto se está formulando, pensamos tenerlo a principios de este mes o del otro, pero esperamos tenerlo a finales de este o del otro para presentarlo si es posible al OCAD que tenemos ahora en octubre, en cuanto a regalías tenemos también que el gobernador Camilo Romero hizo una gran apuesta de hacer que todos los recursos de inversión del departamento sean participativos, esto todo el Plan departamental de desarrollo se construyó con la ciudadanía, entonces se hizo una primera vuelta en la que se recogieron las necesidades e todas las sub regiones, son 13 subregiones que tiene el departamento y se hizo una segunda vuelta para concretar y priorizar cuales son los puntos de inversión que desea la comunidad.

Una vez identificaron esas líneas, dentro de las líneas que priorizaron se encuentra el turismo en esas regiones, se encuentra el turismo en 3 subregiones; occidente, rio Mayo y Guanbulaco, estamos en esas 3 subregiones entonces estamos adelantando inversiones por 2800 millones, sumando las 3 subregiones, entonces son proyectos específicos, se va hacer la construcción de una ruta en San Pablo que es la subregión de Río Mayo, una ruta para la iglesia la virgen de la Playa, allá hay muchos problemas con tránsito peatonal, entonces la ruta va específicamente para los visitantes, para que caminen para que lleguen. Otro proyecto es en el Tambo, la zona es muy rica en montañas, y se harán unos parques que son representativos de la región y una ruta ciclista, una ciclo vía, entonces esto le va ayudar a la gente a promover la ciudad y el turismo, lo otro es, estamos en occidente con los proyectos que Qunsacasa, en donde está la Piedra de Bolívar, es un proyecto en Bombona, en la Batalla de Bombona, es un lugar hermoso turístico, con una vista preciosa y se hará el mejoramiento de ese sendero

Mario: ¿Con respecto a ese sitio, se está publicitando?

Paola: Cuál, ¿La piedra Bombona?

Mario: Sí, esa misma

Paola: Sí, se está publicitando porque hace parte de la circunvalar del Galeras, eso es en Consacá, sería Bombona que es corregimiento de Consacá, y ahí van a la Piedra de bolívar, en esa misma ruta es Sandoná y vamos a realizar un proyecto en Sandoná, esos son los proyectos que tenemos en subregiones por alrededor de 2800 millones.

Después lo que estamos haciendo en Nariño dentro de una estrategia del gobernador, ya que el gobierno es dado a que se haga lo que población necesite y decida, entonces los cabildos abiertos, acá se han llamado Gana Municipales Gobierno Abierto Nariño, donde se llevan unos proyectos tipo, donde se han asignado recursos a cada municipio que son 64 pero están divididos por cinco ciudades capitales que tienen una dinámica aparte, quedarían 58 municipios a los que vamos a ir y se les ha asignado unos recursos entre los 900 y 2000 millones dependiendo de su población y necesidades básicas insatisfechas, y llegamos allá con unos proyectos por cada dependencia, desde la dirección el apostamos a unos miradores turísticos, acá se diseñó el proyecto y formulo, se diseñó la estructura del mirador.

¿Porque le apostamos a eso? para llevar una infraestructura que le permita al municipio dinamizar su economía, que haya un atractivo que permita o llame a los visitantes, alrededor de un atractivo turístico se empieza a generar una cadena de valor que termina beneficiando a toda la población, ya hemos visitado el Tambo, Funes, dos municipios que apenas llevamos, en esos municipios no hemos ganado, pero entre los 58 esperamos ganar donde consideren que el turismo es un principal potencial.

Mario: Estos municipios en los que me dices no han ganado, a que crees que se debe

Paola: yo creo que se debe principalmente en el caso de Funes, a que la población es principalmente rural, lo que ellos recomendaban es que necesitarían algo a lo que pueda llegar a las distintas veredas y corregimientos que tiene el municipio, entonces el mirador según ellos, queda centrado en un sitio y no se podría ver beneficiada toda la población, pero más allá de eso, lo que yo creo es un problema que tiene el turismo y tenemos un gran reto, no ven en el turismo ese potencial para dinamizar su economía, la población todavía sigue pensando en temas como agricultura, como la cocina, son cosas que ellos todavía no ven el impacto que puede tener el turismo, es nuestro reto de demostrar como el turismo ha tenido éxito en algunos lugares. Yo creo que más allá de que la población sea rural, es que Nariño no ve al turismo de esa manera, solo las zonas que lo ven como la del norte donde hay

proyectos rurales, o zonas de Tumaco e Ipiales, como la iglesia de las Lajas ha ayudado a impulsar la economía de la zona

Mario: ¿Digamos que cada municipio maneja sus proyectos independientemente o se centraliza desde la dirección?

Paola: Cada municipio maneja sus proyectos, otra cosa que tenemos en la dirección es que hemos descentralizado la mesa del turismo, la mesa del norte, sur, pacífico y centro, estamos descentralizando las mesas para precisamente llegar las zonas y ver como se está desarrollando el turismo en cada una de las regiones y ver cómo desde acá podemos apoyarles.

Otra cosa es que estamos viendo un plan de desarrollo turístico, pero la población nos comenta que ese plan no fue construido desde las bases, desde los municipios, desde la población sino que fue un poco central, más global y fue muy difícil aterrizarlo, ahora queremos tomar esa base y actualizarlo y hemos solicitado apoyo del ministerio de comercio para que nos ayude en asistencia técnica, y queremos que haya un orden y construirlo, desde las bases, muchas de las poblaciones que tienen ese potencial, que creen en el turismo, creen que entre más cosas tengan mucho mejor, pero el ministerio nos decían deben tener una cosa que haga que la gente quiera venir, cuando ya la gente viene se va generando a partir de una cosa una cadena de valor alrededor de ese atractivo específico, la población ya está empezando a pensar dentro de esta mentalidad, y ya nosotros como departamento tenemos ese reto de organizar todo dentro de un plan de desarrollo turístico para nosotros tener esos lineamientos y de política pública de turismo.

Mario: ¿Cuáles son los aspectos que el departamento debería enfocarse o problemáticas más grandes que ha tenido el turismo en la región?

Paola: Problemáticas, tenemos una, desafíos los que te comento; el nariñense no está empoderado de sus atractivos, no los conocen.

Mario: En este caso, no sé si Nariño lo tenga. ¿Existe una educación hacia colegios y se les haga saber que atractivos que tiene el departamento en los colegios?

No, no manejamos esos programas en instituciones, pero lo tenemos con base a la población en diferentes escenarios, llevo dos meses y estamos haciendo énfasis en guardianes del turismo y colegios amigos del turismo, tenemos un encuentro en Ipiales de estos colegios y también departamental, en donde vamos a llevar a ciertos estudiantes en donde se va a

desarrollar una dinámica del gobierno que se llama metodología FIDI, a través de catedra futuro, donde permite a los chicos identificar a través de actividades los atractivos turísticos y cómo pueden empezar a mejorarlos, pero queremos llegar más allá, de concientizar a los chicos y también a la población, ese es un reto pero considero que tenemos un buen tiempo para implementarlo.

Los otros los retos, van hacia cómo se está concientizando, hemos identificado tres productos de Nariño que tiene en materia turística: Natural, Cultural y de Sol y Playa; el principal es el natural, no somos conscientes de esa conservación, se están dando a conocer nuevos atractivos como la Laguna Verde Del Azufral, que es una laguna hermosa, pero no se está haciendo un turismo responsable en la laguna verde, la vegetación se está afectando, la gente está pisando la flora de esa zona, y se abren caminos y la gente piensa que es normal y puede hacerlo, se están acabando con los frailejones y la cantidad de agua de la laguna no es igual; el cuidado de las reservas, de la naturaleza que tenemos acá para pensar en el eco turismo.

Mario: ¿Esta zona es considerada como una reserva o parque natural?

Sí, está considerada como una reserva pero por Corpo Nariño, para región, sin embargo esta declaratoria no impide que se cierre la laguna o que se expropie, porque hay predios que son privados, y se disputa la laguna, y a larga muchos se las disputan pero nadie la cuida, hoy tenemos reunión para hablar sobre esta problemática, esta es una iniciativa muy desde cero en donde queremos que se declare reserva nacional para poder expropiarla y hacerle una intervención, vamos a conocer esta tarde las acciones de Corpo Nariño, pero infraestructura ya no hay, había un kiosco mirador en donde la gente lo tomo como si fuera un lugar de ventas, es un reto el de laguna verde pero así hay muchos lugares, porque es idiosincrasia de la población, que se puede cultivar donde sea y no pasa nada; este es uno de los principales retos.

Mario: Con base a la informalidad. ¿Existe una alta informalidad o baja en el sector turístico de la región?

La verdad en el sector del turismo en el departamento ha venido fortaleciéndose, han venido formalizándose, en el sector tenemos un nivel de formalidad medio; empresas que han ido creciendo a raíz de esta formalización, el sector ha venido creando conciencia por que se ha venido dando cuenta que para posicionar el departamento necesitamos brindar

condiciones formales y seguras al visitante, si ha venido creciendo, el turismo de aventura es el que no está certificado, y este es un certificado que se exige para este tipo de turismo.

Mario: No te robo más tiempo Paola, muchas gracias.

Anexo 6. Interacción con las agencias de turismo circundantes de la oficina turismo e interacción con extranjeros y familia (Entrevistas relevantes)

Turismo Andino

Mario: (M)

Agencia: (OP)

Mario: Me gustaría llegar al cañón de Juanambú, ustedes ofrecen el servicio para realizar un tour?

OP: No tenemos viajes o Tours al Cañón de Juanambú

M: El cañón de Juanambú es vía Molino ¿Buesaco?

OP: Ve el cañón de Juanambú es ¿vía remolino? O ¿vía Buesaco?

OP: Buesaco!

OP: Sí, vía Buesaco

M: ¿Vía Buesaco?

M: ¿Sí? ¿Estás seguro?

OP: ¿Es por la unión y todo eso no?

M: ¿qué tipo de turismo tienes para Nariño?

OP: No tenemos nada para Nariño, tenemos para el eje cafetero.

M: Bueno este fue un primer acercamiento a las agencias de turismo aquí en Nariño, llamado Turismo Andino, pero no ofrece ningún tipo de turismo aquí en Nariño.

Oficina departamental de turismo

M: ¿Disculpa, cuántos guías existe registrados?

OP: Actualmente tenemos 30 guías en formación

M: ¿Por qué no han renovado su suscripción?

OP: Ellos fueron los fundadores, los primeros y ellos ya son señores, siempre demandan muchas salidas, y siempre hay que caminar, si tienen tiempo ellos lo hacen aquí en la ciudad, debido a que muchos ya son de la tercera edad.

M: ¿Las personas que van son extranjeros o nacionales?

OP: La mayoría nacionales, cuando viene alguien fuera de Pasto por lo general máximo son 3 personas.

M: Si quiero ir al cañón de Juanambú ¿lo podríamos hacer?

OP: Si podemos llamar a uno de nuestros guías inscritos y él te da información

OP: Ese sería más económico, serían 80 mil pesos por el vehículo.

M: ¿Hay que pagar algo extra?

OP: Tu comida.

M: ¿La podría llevar?

M: ¿Si yo llevo otra persona nos podemos dividir los 80?

OP: Si tú quieres que yo vaya ya es un costo adicional

OP: Una vez llegues a la entrada del cañón hay que pagar 3.000 pesos por que hay unas camionetas que te llevan.

M: ¿Si yo tengo un vehículo puedo hacerlo?

OP: O sea es muy fácil, si tú me dices que te acompañe yo voy, no quiero que hagas unos costos adicionales, ir al cañón es muy fácil mira estas.

Turistas Extranjeros No Residentes

Entrevistador: Mario Vallejo (M)

Entrevistados: Turistas (T)

M: Les quiero preguntar por qué están aquí en Nariño, van a hacer turismo acá o simplemente una escala de paso a..

T: Íbamos a hacer turismo, pero definimos hacer una escala de paso, no por nada en particular, habíamos venido recomendados para hacer un par de actividades acá

M: Saben específicamente las zonas turísticas que existen en esta región

T: Algunas, está la parte amazónica, la parte de las ballenas

T2: No, no. ¿Disculpa, tú hablas de Nariño?

M: Sí, así es

T: Esta la Cocha, El lago Cocha, laguna verde, las Lajas no sé si es Nariño

M: Sí, las Lajas.

T: Bueno hasta ahí llegamos.

M: ¿Alcanzaron a ir a las Lajas?

T: No, vamos para ese lado.

M: Ah okey, van para ese lado.

M: Han tenido inconvenientes de tipo informativo aquí.

T: Vinimos al punto de información turístico, nos resolvieron las dudas de transporte que teníamos, sin embargo no fue como lo esperábamos, no había información escrita sobre cómo llegar a los sitios o un mapa turístico donde pudiéramos ver los sitios de esta zona.

M: ¿Pero finalmente pudieron saber cómo llegar a los destinos que tienen pensados?

T: Sí, nos explicó la persona que se encontraba allí.

M: Bueno, los dejo que tengo una reunión ahora

T: Vale, que estés bien

M: Muchas gracias a ustedes.

Agencia 2 (Cercana oficina de turismo)

Entrevistador: Mario (M)

Entrevistado: Agencia (A)

M: Hola disculpa, es que me gustaría ir al Cañón de Juanambú o a sitios naturales.

A: En turismo Andino tiene esos paquetes

M: Ya fui a turismo Andino y me dijeron que no tenían,

M: Entonces ustedes no tienen ningún tipo de turismo aquí en Nariño

A: Sí, lo tenemos en Sandoná.

A: ¿Qué tipo de turismo manejas en Sandoná?, disculpa.

A: Lo tenemos religioso, las Lajas y la Cocha

M: Me dices las lajas la cocha, pero el tipo de turismo rural, no lo manejas hacia el cañón de Juanambú u otros lugares.

A: Pero para cuántas personas.

M: No, solo yo

A: Bueno mira para grupos pequeños no lo tenemos, pero sin embargo te puedo dar el contacto de alguien que sí lo pueda tener.

M: Te hago una pregunta ¿por qué no lo manejan hacia este tipo de sitios?

A: Por lo general, no lo manejamos porque no tenemos el suficiente fórum para ir a este sitio, debido que toca contratar transporte y pagar por un guía

M: ¿El volcán azufral es el que queda en Túquerres verdad?

A: Si, así es.

M: Vale, Muchas gracias

Familia Circundante al Cañón de Juanambú

M: Hola como están, ustedes me podrían permitir una entrevista abierta, estoy realizando un trabajo de investigación con las comunidades cercanas a los sitios turísticos y me gustaría que ustedes hicieran parte de ella

P: ¿Para qué es?

M: No, un trabajo que tengo de la universidad y me gustaría hacerles unas preguntas para que me las respondieran.

P: Sí, no se preocupe, ¿necesita a toda la familia presente?

M: No, tranquilo no es necesario solo con ustedes dos.

M: Bueno entonces voy a comenzar, ¿qué tan integrados se sienten ustedes con las actividades turísticas que se realizan aquí en esta zona de Nariño? Lo que quiero decir es si ustedes sienten que hacen parte de lo que se desarrolla aquí en materia turística

P: Pues la verdad, no, pero nosotros tenemos nuestro ingreso a por las personas que vienen aquí a visitar el cañón, tenemos nuestra tienda y les vendemos cosas a ellos, entonces esto nos da un sustento los fines de semana que es cuando ellos más vienen, pero no vienen tan seguido entonces no es a lo único que nos dedicamos, también tenemos siembra.

M: ¿Entonces la idea de la tienda nació para aprovechar estos turistas que vienen a visitar la zona?

P: Sí, señor, porque estamos muy cerca de la entrada y las personas llegan y nos compran.

M: ¿Ustedes no han pensado en otra alternativa para ayudar a fomentar el turismo en esta zona, o de ofrecer algún servicio que les traiga turistas?

P: No, la verdad con la siembra y la tienda nos dan para sostenernos y pues no sabemos qué más podemos hacer para traer más personas que vienen a visitar el cañón.

M: ¿La gobernación los ha incluido en los planes de gestión que tienen para esta zona, o saben sobre ellos, o si sabían que esta zona la iba a manejar Comfamiliar por ejemplo?

P: No, la verdad no hemos tenido ninguna charla con nadie en lo que tiene que ver con planes de turismo de la zona, si sabíamos que Comfamiliar estaba haciendo arreglos para adecuar el cañón y hacer la estructura que tiene ahí.

M: ¿Si tuvieran la posibilidad de participar en proyectos de turismo lo harían, si esto requiere ciertas condiciones de su finca, como conexión a internet o adecuaciones?

P: Pues si tuviéramos la oportunidad lo haríamos, pero siempre que nos apoyen con las cosas que no tenemos como la conexión a internet y saber cómo manejar estas tecnologías que se prestan para el turismo, y las adecuaciones si las haríamos, si esto nos representa un ingreso futuro.

M: ¿Lo que me dicen es que necesitarían una asesoría?

P: Si, digamos que aquí pues no nos ha trata de incluir nadie en ese tema.

M: Si tuvieran que recibir turistas extranjeros, como esta su idioma para poder interactuar con ellos como por ejemplo en inglés.

P: La verdad ahí sí no, porque no somos expertos en hablar inglés.

M: Mmmm okey, entonces también debería haber una capacitación en idiomas pensaría.

M: Bueno no les robo más tiempo, porque tenemos que bajar al cañón y muchas gracias por su tiempo.

P: A la orden lo que se les ofrezca

Anexo 7. Interacción con el punto de información turístico de Nariño

Punto de Información Turístico:

Investigador: (M)

Punto de Información: Persona a cargo (P)

M: Hola buenos días. Disculpa, ¿tienes información sobre los lugares turísticos y cómo llegar?

P: Por el momento no está la persona encargada, pero si quieres puedes pasar más tarde y él te puede dar más información al respecto.

M: Vale, tienes de casualidad volantes informativos sobre los sitios turísticos de aquí

P: No hay de Nariño, cuando llegue el encargado él te puede ayudar con eso.

M: ¿No hay de Nariño verdad?

P: No, no hay, si quiere pase más tarde que el muchacho encargado no está.

M: Disculpe, ¿cómo se llama esta oficina?

P: Punto de información turístico

M: Ah, vale gracias igualmente muchas gracias.

Después de 3 horas volvimos...

M: Hola buenas tardes disculpa, en la mañana vine para pedir información sobre los sitios turísticos de aquí, pero quería un volante donde me pudieran informar.

P: Sí claro, ¿qué sitios te gustaría visitar?

M: Quiero visitar el cañón de Juanambú, la laguna verde y también lo que quiero es saber qué lugares para realizar turismo rural.

P: Si claro mira, aquí tenemos varios sitios como las lagunas que hay en el volcán Galeras, el volcán azufral, la laguna de la cocha si quieres te dirijo con alguna agencia que te puede llevar hasta el lugar.

M: Mmm okey, sabes me gustaría que me dieras unos volantes para yo saber más información o si tienes un mapa turístico de la región.

P: No, por el momento no los tenemos, se nos acabaron pero pues ya con la agencia ellos te los pueden indicar, igual aquí tengo fotos de los sitios si quieres verlas.

M: Vale, pero entonces ponme los nombres en este papel y yo busco en internet, muchas gracias.

P: Vale que estés muy bien y con gusto.