



Universidad **Mariana**

Diseño de una Ruta Turística en el Valle de Sibundoy como Alternativa de Crecimiento
Económico de la Región

Sebastián Buchely Martínez

Paola Viteri Salazar

Universidad Mariana

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Maestría en Administración

San Juan de Pasto

2024

Diseño de una Ruta Turística en el Valle de Sibundoy como Alternativa de Crecimiento
Económico de la Región

Sebastián Buchely Martínez

Paola Viteri Salazar

Informe de investigación para optar al título de: Magister en Administración

Mg. Anabelly Fernanda González López

Asesora

Universidad Mariana

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Maestría en Administración

San Juan de Pasto

2024

Artículo 71: Los conceptos, afirmaciones y opiniones emitidos en el Trabajo de Grado son responsabilidad única y exclusiva del (los) Educando (s)

Reglamento de Investigaciones y Publicaciones, 2007

Universidad Mariana

Agradecimientos

Queremos agradecer a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestras vidas, quien guía y permite haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional.

A nuestra familia quién es el pilar más importante en nuestras vidas, quienes nos apoyan incondicionalmente y nos brindan todo su cariño y confianza.

A nuestra asesora de proyecto Anabelly González López que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarnos como personas y magisters.

A la Universidad Mariana y a los docentes quienes con su experiencia, conocimiento y motivación nos orientaron en el transcurso de la Maestría.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo en primer lugar a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestras vidas, quien nos permitió haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional. A nuestra familia quienes son el pilar más importante en nuestras vidas, quienes nos apoyan incondicionalmente y nos brindan todo su amor, cariño y confianza.

Sebastián Buchely Martínez

Paola Viteri Salazar

Contenido

Introducción	13
1 Resumen del proyecto	15
1.1 Descripción del problema	15
1.2 Justificación.....	17
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo general.....	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Delimitación.....	20
1.5 Marco referencial	20
1.5.1 Antecedentes.....	20
1.5.1.1 Internacionales. la ciudad de Quito en especial al Centro Histórico, se desea encontrar rutas nuevas e innovadoras, permitiendo conocer más o tal vez a profundidad lo identificado en su visita inicial.	20
1.5.1.2 Nacionales.....	22
1.5.1.3 Regionales.....	23
1.5.2 Marco teórico.....	24
1.1.2 Marco conceptual	36
1.5.3 Marco contextual	37
1.1.3 Marco legal.....	38
1.2 Metodología	40
1.2.1 Paradigma de investigación.....	40
1.2.2 Enfoque de investigación	40
1.2.3 Método de investigación.....	41
1.2.4 Tipo de investigación	41
1.2.5 Población y muestra	42
1.2.6 Técnica e instrumentos de recolección de información	43
1.5.3.1 Fuentes de información.....	43

2	Presentación de resultados	44
2.1	Procesamiento de la información	44
2.2	Análisis e interpretación de resultados.....	44
2.2.1	Identificar el contexto de los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy.	44
2.2.1.1	Análisis de las 5 fuerzas de Porter para identificar el contexto de los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy.....	51
2.2.1.2	Diagnóstico del potencial de los principales atractivos turísticos Valle de Sibundoy	53
2.2.2	Establecer los atractivos con potencial turístico del Valle de Sibundoy, que contribuyan a su reconocimiento.....	56
2.2.2.1	Análisis del valor de una nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy como alternativa de crecimiento económico.	57
2.2.2.2	Estrategia del océano azul para el diseño de una nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy.....	60
2.2.3	Ruta turística, como alternativa de crecimiento económico del Valle de Sibundoy	62
2.2.3.1	Introducción y contexto histórico.	63
2.2.3.2	Itinerario Ruta turística Paseo ancestral de encuentro espiritual	64
2.2.3.3	Descripción de los Puntos de interés.....	66
2.2.3.4	Actividades y experiencias.....	69
2.3	Discusión.....	78
2.3.1	Discusión primer objetivo específico	78
2.3.1.1	Discusión del análisis de las 5 fuerzas de Porter para identificar el contexto de los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy.....	84
2.3.2	Discusión de los resultados del segundo objetivo específico	88
2.3.2.1	Discusión de la cadena de valor de la nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy	89
2.3.2.2	Discusión estrategia océano azul.	90
2.3.3	Discusión de los resultados tercer objetivo específico	92
2.3.4	Discusión de la matriz DOFA.....	97

3	Conclusiones	100
4	Recomendaciones.....	102
	Referencias bibliográficas	103
	Anexos.....	108

Índice de Tablas

Tabla 1 Elementos planta turística – equipamiento.....	28
Tabla 2 Elementos planta turística – instalaciones.....	28
Tabla 3 Población de investigación.....	42
Tabla 4 Valoración de las fuerzas de Porter.....	52
Tabla 5 Diagnóstico del potencial de los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy.....	53
Tabla 6 Ubicación geográfica de los atractivos turísticos en el Valle de Sibundoy.....	56
Tabla 7 Eslabones de la cadena de valor de la ruta turística.....	57
Tabla 8 Matriz E.R.I.C, cuadro estratégico.....	61
Tabla 9 Recursos adicionales para las actividades propuestas.....	76
Tabla 10 Matriz DOFA para establecer estrategias.....	77

Índice de Figuras

Figura 1	Sistema turístico OMT	25
Figura 2	Sistema turístico Boullon.....	26
Figura 3	Fuerzas de Porter	31
Figura 4	La cadena de valor de un destino turístico.....	34
Figura 5	Elementos de la Oferta Turística	35
Figura 6	Rangos de edad de las mujeres encuestados	44
Figura 7	Rangos de edad de los hombres encuestados.....	45
Figura 8	Diagrama de los motivos de visita a el Valle de Sibundoy	45
Figura 9	Atractivos turísticos identificados en el Valle de Sibundoy	46
Figura 10	Frecuencia de visita a los sitios turísticos.....	46
Figura 11	Principal compañía para visitar los atractivos turísticos.....	47
Figura 12	Servicios y/o productos que utilizarían durante su estadía.	47
Figura 13	Tiempo promedio de permanencia en la visita turística	48
Figura 14	Seguridad en los sitios turísticos del Valle de Sibundoy	49
Figura 15	Disposición para Impulsar el Sector Turístico en el Valle de Sibundoy	49
Figura 16	Disposición para la Creación de una Nueva Ruta Turística en el Valle de Sibundoy .	50
Figura 17	Importancia de una ruta turística que integre los atractivos y los servicios turísticos .	50
Figura 18	Cadena de valor de los atractivos senderismo y avistamiento de aves	59
Figura 19	Cadena de valor de la visita a las aguas termales El Salado y Ambiaku.....	59
Figura 20	Cadena de valor de la Toma de Yagé	59
Figura 21	Cadena de valor del Mirador San Sebastián Colón	60
Figura 22	Cadena de valor del paseo por las artesanías	60
Figura 23	Curva de Valor.....	62
Figura 24	Recorrido de la ruta turística “Paseo ancestral de encuentro espiritual”	64
Figura 25	Mapa de ruta y actividades “Paseo ancestral de encuentro espiritual”	66
Figura 26	Platos tradicionales del Valle de Sibundoy.....	72
Figura 27	Pájaro mosquero (Mionectes oleagineus) ave popular en el Valle de Sibundoy	93
Figura 28	Aguas termales El Salado Santiago	93
Figura 29	Centro turístico Ambiaku – Colon.....	94

Figura 30	Mirador San Sebastián – Colón	94
Figura 31	Artesanías Kamentsá.....	95
Figura 32	Parque interculturalidad – Sibundoy.....	96
Figura 33	Preparación para la ceremonia toma de Yagé.....	97

Índice de Anexos

Anexo A. Encuesta Diseño de una Ruta Turística para el Valle de Sibundoy – Putumayo	109
Anexo B. Entrevista relacionada con los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy.....	112
Anexo C. Atractivos turísticos identificados por las personas encuestadas.....	116
Anexo D. Frecuencia de visita a los atractivos turísticos.....	117
Anexo E. Principal compañía de las personas encuestadas para visitar los atractivos turísticos	118
Anexo F. Tiempo promedio de permanencia en la visita turística.....	119
Anexo G. Opinión acerca de la seguridad en los sitios turísticos del Valle de Sibundoy.....	120
Anexo H. Importancia de una ruta turística que integre adecuadamente los atractivos del Valle de Sibundoy y los servicios turísticos de calidad que se ofertan que motivara el turismo.	121

Introducción

En Colombia se estableció el turismo en el año 2002 como una fuerza económica de desarrollo para el país (Bravo y Rincón, 2013), se caracteriza también, por una riqueza biológica excepcional que aporta un valor intangible. Siendo el segundo país más biodiverso del mundo, esto debido a su ubicación geográfica en la zona de convergencia intertropical, cuenta con ecosistemas únicos que albergan especies endémicas que sin duda lo hacen merecedor de un gran atractivo turístico (Molina, 2011). Además, el país se destaca por una gastronomía altamente variada y distinguible con sabores autóctonos, tubérculos y frutas únicas durante todo el año; esto complementado con la cultura de cada una de las seis regiones (Naranjo et al. 2018).

El Valle de Sibundoy, se constituye como un tesoro enclavado en la majestuosidad de la región andina colombiana, específicamente en el departamento del Putumayo. La riqueza de su entorno natural, su diversidad cultural y sus raíces ancestrales se entrelazan en un tapiz único que invita a los viajeros a sumergirse en un mundo de maravillas y autenticidad (Lugo et al., 2010).

En el presente trabajo de investigación, se realizó el diseño de una ruta turística para el Valle de Sibundoy como una alternativa de crecimiento económico de la región, en la cual no se resaltó únicamente las atracciones visuales, sino que también se abarcó la riqueza cultural fomentando la conservación del entorno. Además, la biodiversidad única del Valle fue un pilar central en la planificación de la presente ruta turística; ya que esta región cuenta con una variedad de ecosistemas, desde bosques, montañas, planicies, hasta ríos cristalinos, que sustentan una amplia gama de especies vegetales y animales. La conservación de esta biodiversidad será un principio clave en la creación de esta ruta, promoviendo prácticas de turismo responsable y sostenible que minimicen el impacto ambiental y contribuyan a la preservación a largo plazo de estos ecosistemas (Acevedo, 2014).

El estudio de la cadena de valor sirvió para conocer el potencial de los atractivos turísticos revelando que estos obtenían su valor principalmente en las fases de accesibilidad, consumo y posconsumo; Se aplicó también la estrategia del océano azul la cual reveló que los elementos clave para alcanzar un mercado único y sin competencia, según la curva de valor obtenida, incluyen la

variedad de servicios ofrecidos, la calidad de la gastronomía tradicional y la competencia del personal; los resultados de la investigación permiten visualizar los atractivos turísticos y los escenarios de flora y fauna que se encuentran en el Valle de Sibundoy.

Así pues, este proyecto no solo se basa, como una iniciativa de diseño turístico, sino como un homenaje a la esencia misma del Valle de Sibundoy; se combinó el patrimonio cultural, el entorno natural y la participación de las comunidades locales creó una oportunidad única para ofrecer a los viajeros una experiencia enriquecedora y auténtica. Al explorar cómo la creatividad y la sostenibilidad pueden coexistir en armonía, esta investigación trazó el camino hacia una ruta turística que refleja la belleza y el valor inestimable de este rincón de la tierra.

1 Resumen del proyecto

1.1 Descripción del problema

El plan de desarrollo del departamento del Putumayo 2020-2023 detalla cinco situaciones adversas con las que cuenta el departamento del Putumayo actualmente para el sector turismo las cuales se refieren a la alta informalidad, desorganización e improvisación de los promotores turísticos, bajo nivel de desarrollo de la infraestructura, inexistencia de indicadores que establezcan la conducta del sector turístico, inseguridad, presencia de grupos armados y delincuencia común y escasa promoción turística.

A pesar de su potencial turístico, el valle ha permanecido relativamente desconocido y poco desarrollado en términos de turismo. Este problema se origina en una serie de desafíos que deben abordarse:

Falta de Infraestructura turística: El Valle de Sibundoy carece de la infraestructura turística necesaria para atraer a visitantes y proporcionarles una experiencia de alta calidad. La falta de carreteras adecuadas, alojamientos, restaurantes y otros servicios turísticos limita el flujo de turistas.

Sostenibilidad ambiental y cultural: La promoción del turismo en el Valle de Sibundoy debe ser sostenible y respetuosa con el entorno natural y las comunidades indígenas locales, como los Inga y Kamentsá. El desarrollo turístico incontrolado podría tener impactos negativos en el medio ambiente y la cultura local.

Concienciación y promoción: La región es poco conocida a nivel nacional e internacional. La falta de promoción y marketing turístico efectivo dificulta la atracción de visitantes. La creación de una marca y estrategias de promoción son esenciales.

Participación comunitaria: Para tener éxito, cualquier ruta turística en el Valle de Sibundoy debe involucrar activamente a las comunidades locales en su desarrollo y operación. La falta de

participación y beneficios equitativos para las comunidades locales puede generar resistencia y conflictos.

Investigación interdisciplinaria: El diseño y desarrollo de una ruta turística en el Valle de Sibundoy requiere una aproximación interdisciplinaria que involucre a expertos en turismo, ecología, antropología, geografía, gestión de proyectos, entre otros campos. La colaboración entre estas disciplinas es esencial para garantizar el éxito del proyecto.

Por otro lado el plan de desarrollo del departamento del Putumayo 2020-2023 confirma la complejidad de la situación actual detallando cinco situaciones adversas con las que cuenta el departamento del Putumayo actualmente para el sector turismo las cuales se refieren a la alta informalidad, desorganización e improvisación de los promotores turísticos, bajo nivel de desarrollo de la infraestructura, inexistencia de indicadores que establezcan la conducta del sector turístico, inseguridad, presencia de grupos armados y delincuencia común y escasa promoción turística.

A partir de esta situación cultural y la económica en el Municipio del Valle de Sibundoy, se realizará el estudio de oportunidades y diagnóstico de los principales atractivos turísticos, principales actividades económicas, como la artesanías, la gastronomía, el turismo, la música, la agricultura, la medicina ancestral entre otras, por medio de encuestas y entrevistas se logró detectar las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que permitieron formular estrategias que mitiguen las desventajas e impulsen el turismo basado en la tradicionalidad de la región, logrando tener una buena acogida entre las comunidades indígenas.

La ruta se diseñada será con base en las preferencias de las personas encuestadas y la eficiencia de la misma, se trató de recoger las actividades y lugares más importantes que permitan fortalecer y promocionar todos los atractivos y que esto permita el impulso de los diferentes gremios en la región y permita de esta manera el crecimiento económico.

Se enfatizará también en el turismo ancestral y natural, lo que no muchos destinos ofrecen, por ejemplo, uno de los potenciales más grandes que se identificó en el presente estudio fue el

aventurismo el cual fue bien reconocido en gran parte por las personas encuestadas. Por otro lado, uno de los más populares fue la toma de Yagé y medicina ancestral un campo en el que las comunidades tienen amplia experiencia y pueden ofrecer con toda la calidad este servicio que es necesario en este tipo de propuesta.

Este estudio se presentará una ruta de turismo integral como la oportunidad de crecimiento económico, para promocionar no solo el turismo en el Valle de Sibundoy, si no el turismo departamental y nacional ante el mercado mundial para que las entidades gubernamentales sigan promoviendo y promocionándolo, salvaguardando y mejorando la seguridad.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuáles son los atractivos necesarios para diseñar una ruta turística para la promoción y desarrollo de la población del Valle de Sibundoy?

1.2 Justificación

Mundialmente se reconoce al turismo como uno de los impulsores del desarrollo económico en las sociedades, trayendo además beneficios a distintos sectores como lo son el sector gastronómico, hotelero, de transporte y seguridad (Gavilanes y Cabrera, 2012; Ñañes y Coral, 2014). Esta es una actividad altamente atractiva que genera ventaja en el territorio nacional el cual es caracterizado por su impresionante diversidad cultural y biodiversidad (López y López, 2018; Mejía et al., 2017).

Los planes de desarrollo departamental son la herramienta que permiten a los gobiernos planificar los objetivos y metas que desean alcanzar en el tiempo de su mandato, la construcción de esta herramienta debe ser participativa para que las necesidades de la población queden plasmadas dentro del documento guía, así como las estrategias que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas.

El Plan de Desarrollo Departamental del Putumayo 2020-2023 fue construido en una época de mucha dificultad para toda la población, en razón que se presenta la pandemia del COVID 19, sin

embargo, este no fue un impedimento para que sea elaborado mediante el diálogo y la participación de representantes de la población y es así como la administración del Gobernador Florencio Rosero Peña tiene como finalidad fomentar iniciativas relacionadas con el turismo para dinamizar y mejorar la competitividad y sostenibilidad de la economía para la región.

Plantear nuevos modelos de desarrollo es primordial para las regiones que se encuentran en crecimiento, en esto el agroturismo se perfila como una de las herramientas de desarrollo sostenibles de las comunidades rurales, campesinas e indígenas del Valle de Sibundoy.

Para el desarrollo del proyecto es importante también tener en cuenta las estrategias del gobierno que involucran al turismo como una fuente para mejorar la competitividad del departamento y es por eso que el turismo comunitario es una de las tipologías de turismo que se vienen adelantando en diferentes zonas del departamento y para lograr este fin, el gobierno departamental en su plan de desarrollo busca apoyar emprendimientos de base comunitaria y procesos asociativos que, junto con un adecuado proceso de capacitación, puedan llevar a ofrecer servicios y productos turísticos de calidad para turistas nacionales e internacionales. Por eso una de las metas de este plan de desarrollo es fortalecer la oferta turística del departamento del Putumayo para posicionarlo como un destino competitivo.

De acuerdo con esta situación, se propone la planificación, formulación y proyección del diseño de una ruta turística para el Valle de Sibundoy como alternativa económica de sus habitantes, que reconozca y salvaguarde los elementos tangibles e intangibles, donde los visitantes puedan identificar la cultura organizacional de esta zona y tener la experiencia de vivir en el auténtico “que hacer” que enmarca el paisaje cultural.

Además se pueden identificar desde el inicio algunos actores que se verán beneficiados, entre ellos están las comunidades locales; debido a la creación de empleos en la industria turística que puede aumentar los ingresos y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales (Butler & Hinch, 2007), los empresarios y emprendedores; ya que se abren oportunidades de negocio, como la apertura de alojamientos, restaurantes, tiendas de artesanía y servicios turísticos (Mason, 2003), las autoridades locales; pueden beneficiarse de los ingresos generados por el turismo, que pueden

ser reinvertidos en infraestructura y servicios públicos (Dwyer et al., 2010), los turistas; experimentando la riqueza cultural y natural de la región, lo que enriquece sus vidas y proporciona una experiencia única (Buckley, 2012), los conservacionistas; la promoción del turismo sostenible en la región puede ayudar a sensibilizar a los turistas sobre la importancia de la conservación del medio ambiente, generando apoyo para proyectos de preservación (Blangy y Nikolakis, 2004), investigadores y académicos; la creación de una ruta turística en el Valle de Sibundoy también puede ser de interés para investigadores y académicos que deseen estudiar los efectos del turismo en áreas de patrimonio cultural y ambiental (Nyaupane et al., 2006), la promoción de la cultura indígena; la comunidad indígena del Valle de Sibundoy puede beneficiarse de la promoción de su cultura a través del turismo, lo que puede ayudar a preservar y transmitir tradiciones ancestrales (Ruiz y Gascón, 2015).

El desarrollo del objeto de esta investigación permite la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la actividad académica enmarcada en el plan de estudios del programa de Maestría en Administración, asimismo, contribuye al reconocimiento de la Universidad en los grupos de interés que actúan en esta investigación.

Finalmente se pretende que el desarrollo de la investigación logre sugerir ideas y recomendaciones para futuros estudios relacionados con el turismo sostenible, la gestión de destinos turísticos y la participación comunitaria en otros contextos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una ruta turística en el Valle de Sibundoy como alternativa de crecimiento económico de la región en el año 2023.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar el contexto de los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy.

- Establecer los atractivos con potencial turístico del Valle de Sibundoy, que contribuyan a su reconocimiento.
- Proponer la ruta turística, como alternativa de crecimiento económico del Valle de Sibundoy

1.4 Delimitación

El Valle de Sibundoy, tiene una amplia demanda de turismo por su cercanía a la ciudad de Pasto, existen varias empresas locales que han incursionado en proyectos donde se ven beneficiados por el Estado y han desarrollado proyectos muy interesantes para el turismo de la región, sin embargo el desconocimiento de estas ayudas, de rutas de turismo y la carencia de oferta de restaurantes, hoteles y agencias de turismo ha limitado la visita de turistas a la región, afectando la posibilidad de explotación turística y el crecimiento económico.

La creación de una ruta turística en el Valle de Sibundoy es un desafío que implica no solo la planificación de infraestructura turística, sino también la promoción de la sostenibilidad ambiental y cultural, la participación comunitaria, y una investigación interdisciplinaria. Este proyecto de investigación, se centrará en abordar estos problemas y proponer soluciones para desarrollar una ruta turística exitosa y sostenible en el Valle de Sibundoy.

1.5 Marco referencial

1.5.1 Antecedentes

Para analizar a profundidad el estudio presentado es necesario contextualizar los diferentes conceptos, métodos, perspectivas y avances que se han realizado tanto a nivel internacional, nacional y regional, a continuación, se resume en los estudios que van a dar soporte al cumplimiento del objetivo del presente estudio.

1.5.1.1 Internacionales. Como primer antecedente dentro de este nivel, de la autoría de Ruiz y Cebrian (2019), en su investigación titulada: El centro histórico de Quito dentro del contexto metropolitano. En esta investigación los autores formulan como objetivo, diseñar una ruta turística

enfocada a la tendencia viajar solitario en el centro histórico de Quito; presenta como conclusión que la ciudad, al contar con todas las facilidades turísticas y bondades por su cultura y ubicación, permite el diseño y creación de nuevas rutas turísticas que ayuden al incremento de turistas nacionales y extranjeros, ya que, al tener una gran competencia turística, la ciudad se encuentra a la expectativa para poder posicionar al turismo como un eje fundamental dentro de la economía de la ciudad. Es así, que la investigadora propone que el diseño de una ruta turística permite ampliar el abanico de opciones que siempre pretende encontrar el turista, puesto que, si decide regresar a la ciudad de Quito en especial al Centro Histórico, se desea encontrar rutas nuevas e innovadoras, permitiendo conocer más o tal vez a profundidad lo identificado en su visita inicial.

Este trabajo de investigación aporta un modelo de organización de inventario en el cual se evidencia una pequeña descripción del atractivo turístico, tipo de atractivo turístico, también se encuentra un análisis de demanda turística que aporta al análisis de la viabilidad de la creación de la ruta para el caso del presente trabajo de grado.

Otro referente investigativo que hace referencia al diseño de una ruta turística es el que señala Abril (2017), con el proyecto denominado: Diseño de dos rutas de turismo de aventura, dirigidas a niños de ocho años a doce años de edad, dentro del Cantón Cuenca: Llacao – Sinincay u Tarqui-Cumbre, Providencia del Azuay. Estudio que tiene como finalidad mejorar el portafolio de productos turísticos, turismo no convencional como el de aventura, para el aprovechamiento de los atractivos naturales con gran potencial de la región que se dirige la investigación. También, manifiesta que es importante mejorar la cuota de mercado turístico con la incorporación de varios segmentos de mercado, sin embargo, se presentan actividades que tienen restricciones de edad o capacidad física para desarrollarlas como es lo denominado turismo de aventura, que en esta investigación se direccionara al segmento juvenil, identificando también la seguridad para su desarrollo.

Otro antecedente como referencia, se encuentra la investigación titulada: Diseño de una ruta turística entre el Canton Baños de Agua Santa y la Comunidad de Santa Rosa de Runtun, Provincia de Tungurahua, Ecuador, de autoría de María del Carmen Rodríguez Viteri, tiene como objetivo la estructura de una ruta turística bajo los lineamientos de sustentabilidad y sostenibilidad para

protección del medio ambiente, ordenamiento del territorio y potencializar el turismo en la localidad objeto de la investigación, además, identifica los componentes que integran la ruta como son los atractivos turísticos y recursos naturales. Esta investigación tiene aplicabilidad en lo relacionado al manejo de la sustentabilidad en el Valle de Sibundoy porque presenta paisajes turísticos naturales que requieren su conservación y mantenimiento.

De igual manera la investigación titulada: *Diseño de una ruta turística para el desarrollo sostenible en el distrito de Zaña, Lanbayeque, 2019*, de autoría de Melimar Adriana Paredes Pedraza, que tiene como objetivo el diseño de la ruta en mención, usando instrumentos de recolección y realizando el análisis de los objetivos específicos que tienen similitud con la presente investigación, por lo cual aporta una perspectiva similar en el análisis de resultados.

1.5.1.2 Nacionales. En el ámbito nacional, se encuentra la investigación titulada: *Diseño de una ruta turística para el municipio de Anapoima Cundinamarca*. Autoría de Charry y Reyes (2020), los cuales desarrollan un diagnóstico de los recursos y potencialidades turísticas para formular una guía turística, encontrando desatención por parte de la administración local en lo relacionado a la coordinación y organización de los recursos turísticos, de ahí que surge la necesidad de estructurar la propuesta de la ruta turística que contribuya al reconocimiento de los atractivos que se presentan en el municipio objeto de estudio, generando un impacto económico, social y ambiental.

Por otra parte se encuentra de la autoría de Barragan (2017), el estudio titulado: *Diseño de una ruta ecoturística en el municipio de Colosó-Sucre : senderismo y biodiversidad*. Donde propone como objetivo diseñar una propuesta de ruta ecoturística en el municipio de Colosó – Sucre, a partir del inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Industria Comercio y Turismo, de Colombia y la Metodología diseño de rutas turísticas de Pablo Szmulewicz, para complementar la planificación turística del territorio, como alternativa económica de sus pobladores. Realizado el proceso investigativo concluye que en el municipio se presentan inconvenientes relacionados con temas de infraestructura para potencializar los recursos y atractivos turísticos; puesto que hasta el momento no alcanza un reconocimiento significativo a nivel local y/o nacional; motivos que impulsan a formular la ruta ecoturística de Colosó que involucra el recorrido por atractivos

naturales, actividades relacionadas con el conocimiento de la historia del municipio, su arquitectura, su comunidad, la cultura y costumbres, así como las labores típicas como artesanías y gastronomía que allí se llevan a cabo; sin embargo el éxito de su operación dependerá de factores como: prestadores de servicios debidamente capacitados, organización de los actores involucrados en la actividad, promoción y difusión de la ruta y la constante innovación en la oferta.

Finalmente, dentro de los antecedentes nacionales se encuentra la investigación de Pereira (2020) et al (2020), tiene como objetivo diseñar cinco rutas turística especializadas en ciclomontañismo para los municipios aledaños a Zapatoca (Santander), en la cual articulan a los grupos de interés como actores, atractivos y servicios turísticos que se encuentran en el territorio objeto de investigación, contribuyendo al desarrollo, reconocimiento y posicionamiento en el sector del turismo. De igual manera, el diseño de las rutas turísticas potencializó la conectividad, comunicación y desarrollo competitivo de los diferentes municipios que forman parte activa de las rutas diseñadas generando así crecimiento económico regional; además, manifiesta que el sistema de turismo en la región investigada tiene posibilidades para consolidarse como centro turístico de aventura, turismo ecológico, riqueza cultural en el departamento de Santander.

La aplicabilidad que tiene este estudio, en el desarrollo del proyecto es consolidar la integración de las instituciones públicas con privadas para formular estrategias que impulsen el desarrollo turístico sostenible y sustentable del Valle de Sibundoy.

1.5.1.3 Regionales. En el ámbito regional, se encuentra la investigación de Hidalgo et al. (2024), titulada: Valoración económica del Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas en Ipiales, Colombia. Las investigaciones de valoración económica de templos o patrimonio religioso son escasas y, a la vez, sumamente necesarias, dada la importancia creciente del turismo religioso en ciertos territorios con apreciables ventajas competitivas estáticas susceptibles de explotación económica. En este artículo se cuantifica el valor económico del Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas, Colombia (declarado bien de interés cultural nacional por el Ministerio de Cultura en 2006), mediante la adaptación y aplicación de los métodos de costo de viaje y valoración contingente, así como modelos de regresión de Poisson, logit y probit en la estimación de las probabilidades de visitar el templo y la voluntad de pago de los consumidores religiosos (DAP).

La probabilidad de visitar el Santuario es explicada por la DAP y la formación posgradual del visitante y, a su vez, la DAP es determinada por el gasto en consumo final, el número de visitas realizadas y la condición de asalariado del turista. Las regresiones logit y probit predicen una probabilidad de pago muy significativa de 97.5 %

Esta investigación tiene aplicabilidad en lo relacionado a realizar la valoración de los recursos turísticos en el Valle de Sibundoy para establecer los lineamientos de conservación y cultura del sitio turístico.

1.5.2 Marco teórico

Es pertinente realizar una fundamentación teórica en torno al desarrollo de la planeación estratégica, la cual conlleva a la formulación de proyectos, planes de acción y sus respectivas estrategias y actores para su implementación y ejecución, a continuación, se abordarán elementos teóricos.

La Organización Mundial de Turismo (OMT), define el turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (Organización Mundial del Turismo, 1995). Sin embargo, este concepto deja por fuera el hecho de la preparación y expectativa del viaje que hace una persona previa al llegar a su destino. Según el docente Renato Quesada Castro, el turismo no solo involucra el viaje de turistas, sino toda una labor de organización, promoción y prestación de los múltiples servicios por ellos solicitados, tanto en el origen como en el destino, lo cual conlleva lógicamente una pluralidad de relaciones y efectos (que pueden ser positivos y negativos), entre quienes participan en este fenómeno, sea de manera directa o indirecta (Quesada, 2007).

No se puede dejar de lado que el turismo se convierte en un generador de contacto social e intercambio cultural con los pobladores del lugar, así como también económico: visto desde el gasto o inversión del turista y la compra que este haga en el destino. Una parte esencial del turismo es la expectativa que guarda una persona sobre el viaje que realizará. Gisolf (2010), plantea que

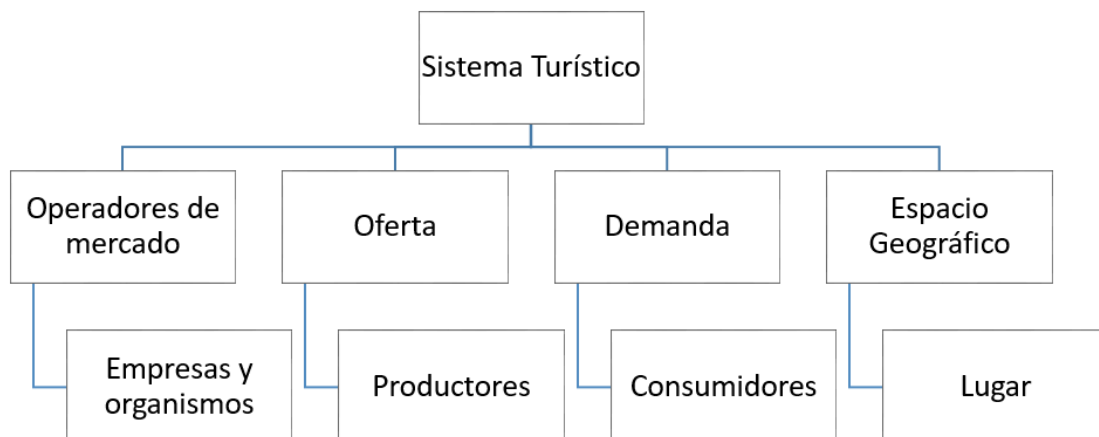
desde el instante en que los potenciales turistas empiezan a pensar en sus vacaciones, comienza toda una serie de idealización, la cual está basada en información e imágenes anteriormente almacenadas en su memoria, necesaria cuando se intenta hacer una idea sobre un destino en particular y se pretende vender y que resulte atractiva.

El turismo se desarrolla lógicamente en un ambiente que, dependiendo de su motivación, el mismo cambiará su uso o aprovechamiento (cultural, religioso, de naturaleza, etc.); la necesidad y motivación son aspectos que influyen en la conducta humana, convirtiéndose en elementos vitales para activar los mecanismos que promueven el turismo.

La Organización Mundial del Turismo – OMT (1995), hace una clasificación de las motivaciones turísticas: Motivos personales: /Vacaciones, recreo, ocio / visitas a familiares o amigos / educación o formación / salud y atención médica / religión y peregrinaciones / compras / tránsito / otros motivos, y negocios y motivos profesionales, de acuerdo con la actividad turística desarrollada por el visitante (Sectur, 2007). Además, la OMT, da a conocer el turismo como resultado de la interrelación entre diferentes elementos considerados parte fundamental del sistema turístico que se dinamiza a través de la incorporación de los elementos que se presentan en la gráfica adjunta. (Guerrero González, et al 2015).

Figura 1

Sistema turístico OMT



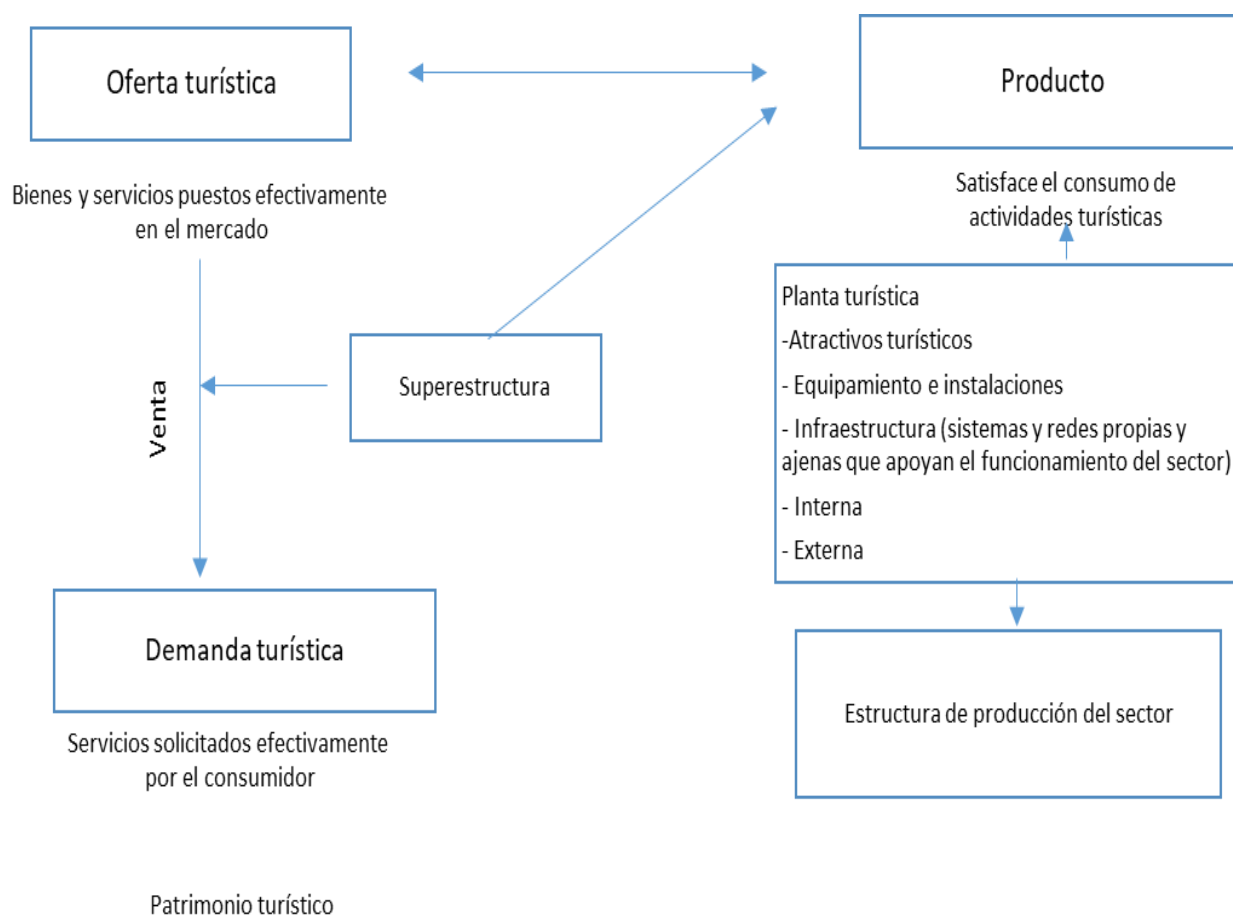
Fuente: Guerrero (2015)

También, se identifica el sistema turístico presentado por Boullon (2006), donde manifiesta que no existe una única versión del sistema ni tampoco muchos sistemas, es uno con varias facetas; que da origen a varios modelos analíticos, como el de oferta – demanda, antropológico social y turismo industrial.

Donde conceptualiza el modelo oferta-demanda, como el sistema que centra el interés en el funcionamiento del turismo comercial y el modelo antropológico social que se ocupa de las manifestaciones del manejo del tiempo libre en las diferentes sociedades.

Figura 2

Sistema turístico Boullon



Fuente: Boullon (2006)

Según la figura 2, el modelo presenta el punto de inicio del sistema a partir de la oferta y demanda la cual se desarrolla con el proceso de venta del producto o servicio turístico, donde la superestructura tiene como funcionalidad la producción del sector del turismo, que controla la eficiencia y vigilancia del sistema y la interrelación de los actores o partes involucradas.

Así mismo, manifiesta Boullon que la demanda turística, se puede medir con la contabilización de los turistas que visitan o concurren a una zona geográfica que presente los centros o atractivos turísticos, además, mide los ingresos que se generan por el consumo de las actividades turísticas. Da a conocer el tipo de demanda que se presenta en el sistema turístico a saber: La demanda real, se presenta cuando se indica la cantidad de turistas que están en un momento y lugar dado y la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores por su estadía; la demanda histórica, hace referencia al registro estadístico y análisis de su variación de las demandas reales presentadas en períodos anteriores; demanda futura, se proyecta con información de la demanda histórica y actual para aplicar fórmula matemática que se visualice el crecimiento, estancamiento o decremento en un determinado periodo de tiempo, y la demanda potencial, que se puede obtener a partir de los mercados no estudiados hacia los mercados posicionados.

Con respecto a la oferta turística, se define como el análisis económico de la cantidad de mercancía o servicio que ingresa en el mercado consumidor a un precio y periodo dado. (Boullon, 2006). Para Guerrero (2015) la define como la disposición, propuesta o suministro en el mercado del conjunto de los productos, servicios y bienes con un valor precio, cantidad, forma y tiempo pactado para su comercialización por parte de visitantes o consumidores.

Los factores que influyen en la oferta turística según da a conocer Guerrero (2015) se encuentran los objetivos de la empresa; precio de venta de bienes, servicios turísticos, precio de todos los bienes que intervienen en el espacio o sitio que se encuentra el mercado, precio de factores de producción, implementación de tecnología.

Tabla 1

Elementos planta turística – equipamiento

Equipamiento turístico			
Alojamiento	Alimentación	Esparcimiento	Otros servicios
Hoteles	Restaurantes	Discotecas	Agencias de viaje
Hosterías y posadas	Cafeterías	Bares	Información
Pensiones	Quioscos	Night clubs	Guías
Apartahoteles	Comedores típicos	Casinos- otros juegos de azar	Comercio
Condominios		Cines – teatros	Cambios de moneda
Casas		Clubes deportivos	Transporte
Cabañas		Parques temáticos	turístico
Albergues			Primeros auxilios
Tráiler parks			Guarderías
Campings			Estacionamientos
Casas de familia			

Tabla 2

Elementos planta turística – instalaciones

Instalaciones		
De agua y playa	De montaña	Generales
Marinas	Miradores	Piscinas
Espigones	Circuitos de senderos	Vestuarios
Muelles	Refugios	Juegos infantiles
Carpas o tiendas	Funiculares	Golf
Quinchos o ramadas	Teleféricos	Tenis
Sombrillas	Ski lift	Otros deportes
Reposeras	Poma lift	Pasarelas, puentes
Observación marina		

Dentro del sistema de Boullon, se identifica la planta turística y los atractivos turístico, los cuales se clasifican en dos elementos, lo que permite en la investigación objeto de estudio realizar la identificación, clasificación para estructurar la propuesta de la guía turística del Valle de Sibundoy.

También, como referente teórico se referencia a Thomas L. Wheelen y J. David Hunger (2013), la administración estratégica hace énfasis en el monitoreo y la evaluación de oportunidades y amenazas externas a la luz de las fortalezas y debilidades de una empresa; de igual manera, manifiesta que las empresas u organizaciones evolucionan a través de cuatro etapas de la administración estratégica: Planificación financiero básico, planeación basada en pronósticos, planeación orientadas por el entorno y administración estratégica, donde ésta detalla los planes estratégicos, para su implementación, control y evaluación.

Es importante definir que la planificación orientada por el entorno, conlleva a desarrollar acciones, planes y proyectos que permitan responder a las exigencias del mercado y la competencia que se presenta en el entorno. Asimismo, Wheelen y Hunger (2013), conceptualizan la administración estratégica como:

Es esencial para que las empresas que aprenden eviten el estancamiento, por medio de la experimentación y el autoexamen continuo. El personal de todos los niveles, no solo de la alta gerencia, participa en la administración estratégica, pues ayuda a supervisar de cerca el entorno en busca de la información crítica, sugiere cambios a las estrategias y programación para aprovechar los cambios del entorno y trabajar con otros para mejorar continuamente los métodos de trabajo, los procedimientos y las técnicas de evaluación. (p. 60)

Además, se puede realizar el análisis de la aplicabilidad teórica bajo los siguientes elementos:
Análisis del entorno: Para la formulación de estrategias inicialmente, las empresas deben realizar un análisis del entorno para identificar oportunidades y amenazas, asimismo, a nivel interno fortalezas y debilidades; este análisis para Wheelen y Hunger (2013), es la vigilancia, evaluación y difusión de información desde los entornos externo e interno hasta el personal clave de la organización.

La identificación de variables del entorno se presenta en el ámbito del entorno natural o ambiental y el entorno social en el cual influyen factores relacionados con: Fuerzas económicas (intercambio de materiales, dinero, energía, información); fuerzas tecnológicas (generan inventos para solucionar problemas); fuerzas socioculturales que regulan los valores, las buenas costumbres y los hábitos de la sociedad.

El entorno de tareas incluye elementos o grupos que intervienen directamente con la empresa como el gobierno, comunidades locales, proveedores, competidores, clientes, acreedores, empleados, sindicatos, grupos de interés. Además, en este análisis del entorno es de anotar que se analizan las fuerzas socioculturales, tecnológicas, económicas, ecológicas y políticas.

De esta manera, es relevante su aplicabilidad en el proyecto objeto de investigación, en razón que permite identificar los factores que inciden en la estructura y formulación de la guía turística para el Valle de Sibundoy.

Es así, para la realización del diagnóstico o análisis de contexto, existen diferentes métodos entre los cuales se encuentra la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), que según el artículo de la editorial Grudemi se define como: "...una estrategia de análisis que puede aplicarse en cualquier situación, tanto de carácter individual como empresarial o de producto.

Según Garcia (2020): "Esta matriz se basa en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con el propósito de formar un cuadro situacional del objeto de estudio, para llegar a un diagnóstico preciso y exacto." (p. 19). Además, define que las características de las fortalezas y debilidades son de carácter interno y las oportunidades y amenazas son de carácter externo.

Por otro lado, el autor Nahum Montagud Rubio, define la matriz DOFA de la siguiente manera: "La matriz DOFA o FODA (en inglés SWOT)" es una herramienta utilizada en el ámbito empresarial que permite conocer más a fondo el estado de las empresas y elaborar un plan de intervención cuando se encuentran problemas.

Otro referente teórico que se identifica para el desarrollo del objeto de la investigación, se relaciona con Porter (2009), en su teoría denominada: Cinco fuerzas competitivas, las cuales tienen como finalidad establecer estrategias con factores externos que puedan perturbar a la posición de éxito a largo plazo dentro de la industria y superar a los competidores, enfocado en la gerencia de las empresas.

Dentro de estas cinco fuerzas competitivas (Porter, 2009) enuncia que un gerente o semejante a su cargo cuenta con una labor que es enfrentar a la competitividad, con el fin de mantener una ventaja competitiva sobre las demás empresas, siendo este su punto diferenciador. Establece también que la competencia relacionada a los beneficios, depende de los competidores directos o rivales consolidados de una empresa. Por último, expresa que la ampliación de la rivalidad se inicia a partir de la combinación de las cinco fuerzas competitivas, que define la estructura de una empresa y adapta a la naturaleza de la interacción competitiva que la compone. Estas fuerzas se conceptualizan así:

Figura 3

Fuerzas de Porter



Fuente: Porter (2009)

Amenazas de nuevos aspirantes. Según Porter (2009), señala que los nuevos aspirantes al ingresar a una empresa generan una nueva capacidad y deseo de lograr una cuota de mercado que establezca presión en los precios, los costos y el índice de inversión necesario para competir. Sin embargo, afirma que: “los nuevos aspirantes procedentes de otras empresas pueden intervenir en la capacidad existente y en los flujos de liquidez, con el fin de estimular la competitividad” (p. 26).

Por lo anterior, el trabajo que devenga la gerencia se fundamenta en identificar a las nuevas empresas que pueden ingresar al mercado de acuerdo a su posibilidad, observar las estrategias de las nuevas empresas rivales, si es necesario, contrarrestar el provecho de las fortalezas y oportunidades existentes. De tal manera, Porter (2009) expresa que el reto es descubrir la forma de superar las barreras de entrada sin anular, con grandes inversiones, la rentabilidad de incurrir en el mercado. Por consiguiente, cuando exista alguna amenaza real, los gerentes deben disminuir los precios o aumentar la inversión para contener a los nuevos competidores.

La influencia de los proveedores: los proveedores acumularan más valor para sí mismo al percibir un precio elevado, limitando la calidad o el servicio, o hasta incluso sobrepasar sus costes a los participantes de la empresa. No obstante, los proveedores con un poder adquisitivo alto logran sacar la mayor rentabilidad de una industria que no pueda sobrepasar un incremento del coste al precio final (Porter, 2009).

La influencia de los compradores: Los clientes que influyen pueden abarcar más valor al forzar los precios a la baja, requiriendo una mejor calidad o más prestaciones, lo que provoca un alza en los costes y enfrentando a los diferentes participantes de una empresa. Tener en cuenta, que los compradores se vuelven poderosos de acuerdo a la influencia negociadora sobre los participantes de una empresa, en especial si estos son sensibles a los precios, puesto que usan ese peso para generar una presión en la reducción de los precios (Porter, 2009).

La amenaza de los sustitutos: Porter (2009) resalta que un sustitutivo que ejecuta una función idéntica o similar a la del producto de una empresa, pero de diferente manera; expresa que es posible tener un sustitutivo cuando se prescinde de dicho producto, prefiriendo adquirir uno usado antes que nuevo. Porter (2009) afirma que:

La amenaza del sustitutivo es alta, la rentabilidad de la empresa es reciente, puesto que los productos sustitutivos no sólo limitan a los beneficios en tiempos normales, sino que también disminuyen la bonanza que una empresa puede atesorar en los buenos tiempos. (p. 39)

Rivalidad entre competidores existentes: La competencia entre las competidores existentes, generan muchas formas conocidas, entre las cuales se incorporan los descuentos en los precios, campañas de publicidad, mejoras en el servicio y nuevas mejoras en el producto; es por ello, que una rivalidad alta genera un limitante en el rendimiento de la empresa, el grado de rivalidad que genera una disminución en el potencial de beneficio de una industrial, dependerá de la intensidad con que la empresa compite y la base sobre la cual se está compitiendo. También, la intensidad de la rivalidad tiende a ser mayor si los competidores son numerosos en tamaño e influencia: en estos casos, los rivales tienen dificultades para evitar obstaculizar en sus asuntos (Porter, 2009).

La herramienta de las Cinco Fuerzas de Porter (2009): Esta permite realizar un análisis competitivo de la actividad del turismo en cuanto al comportamiento de los asistentes, la gran importancia de contar con una información muy amplia de los atractivos turísticos que tiene el Valle de Sibundoy, en todo tipo de turismo y las ventajas que puede lograr al realizar una reactivación económica y turística, es fundamental para construir la estrategia. Cada destino turístico requiere tener un desempeño y un enfoque diferenciador estratégico que le permite analizar la viabilidad y crear futuras alertas necesarias para tener un mejoramiento continuo.

El problema de la cadena de valor en los productos turísticos se torna mucho más complejo si se asume la estrecha interrelación entre producto turístico individual o concreto –hotel, restaurante, parque temático y el destino o lugar en que dicha oferta se ubica, es decir, su propio entorno competitivo ya que hay que partir de la premisa incuestionable que la experiencia turística del consumidor es integral. Y lo es, además, en dos sentidos:

- **En el tiempo**, ya que ésta empieza desde las primeras fases de contacto con el producto (información, reservas...), continua con el consumo “in situ” del producto y se mantiene una vez finalizado dicho consumo (post venta).

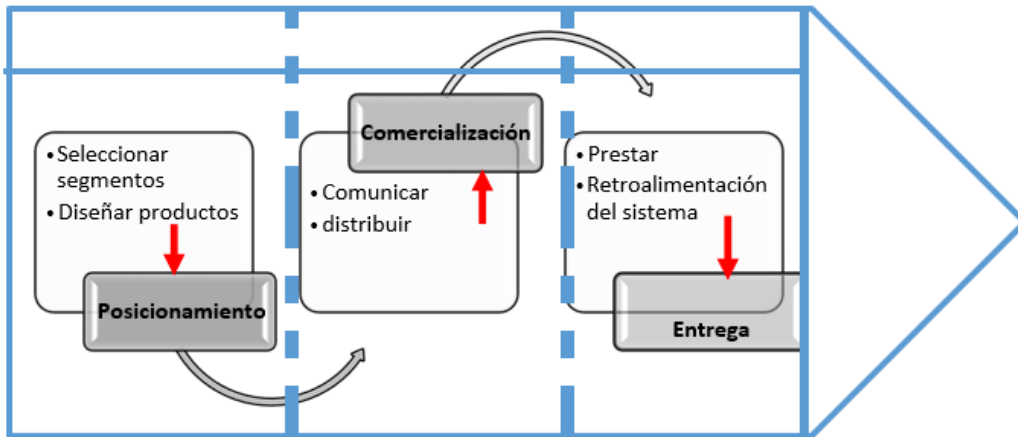
- **En el espacio**, ya que para el turista todo aquello que ve, percibe, entra en contacto en un destino turístico, es parte del producto, no hay posibilidad de separarlos.

Por ello, parece oportuno iniciar el conocimiento de la cadena de valor en la industria turística analizando en primer lugar la correspondiente al destino turístico.

Las herramientas de la cadena de valor y del sistema de valor resultan muy útiles en el análisis de los destinos turísticos, ya que ambos pueden mostrar con claridad cómo y dónde los destinos generan valor, facilitando la oferta de experiencias turísticas satisfactorias a los visitantes.

Figura 4

La cadena de valor de un destino turístico

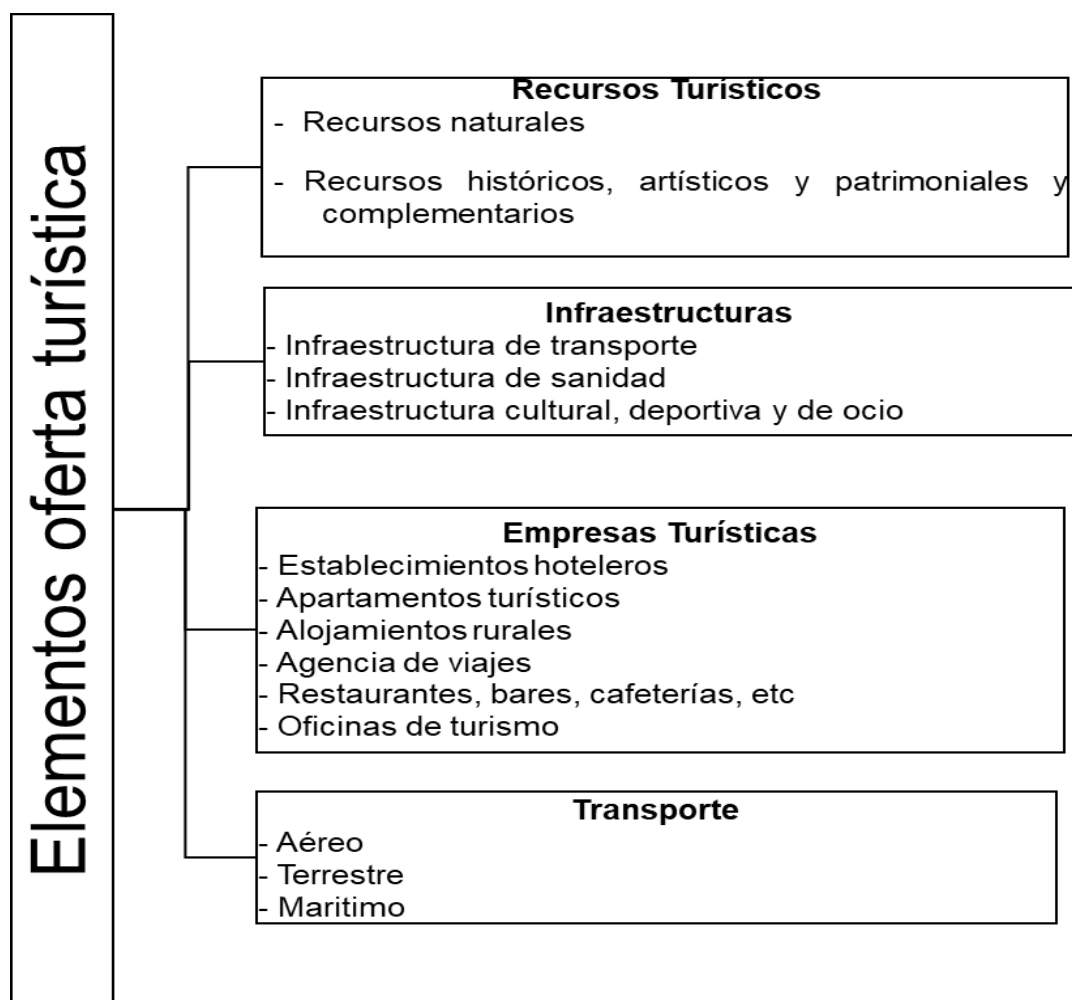


Fuente: Porter (2009)

Por otro lado, es importante conocer los tipos de atractivos turísticos que se pueden encontrar e identificar los elementos de un mercado de turismo, para ello se adjunta la oferta turística por grupos:

Figura 5

Elementos de la Oferta Turística



El turismo es reconocido como un inductor de actividades económicas ya que no es precisamente una actividad económica, realmente se trata de un paquete de bienes y servicios completos y complejos que hacen del turismo una experiencia que requiere que varias condiciones sean satisfechas simultáneamente, y a su vez impulsa otros sectores como transporte, hotelería, comercio y gastronomía (Benavides, 2015). El turismo se clasifica según la actividad, componente espacial, temporal o motivo de viaje y se distinguen los siguientes: turismo tradicional, alternativo, cultural, turismo rural, de aventura, ecoturismo y agroturismo o turismo agroecológico, entre otros (Ivanovay y Ibáñez, 2012).

El concepto de océano azul se refiere a una estrategia innovadora que busca crear nuevos espacios de mercado donde la competencia es insignificante. En contraste con el enfoque tradicional de competir en mercados existentes (océanos rojos), la estrategia del océano azul implica la búsqueda de oportunidades de crecimiento sin enfrentarse directamente a la competencia. En el contexto del turismo, esto implica identificar y aprovechar los recursos y atractivos culturales de la región de manera única y diferenciada, creando así una oferta turística distintiva que no esté saturada por la competencia.

Al implementar esta estrategia, se busca potenciar el crecimiento y la atracción de turistas, así como generar un impacto económico y social significativo en la región. Para lograrlo, es crucial utilizar el elemento de solución de problemas, que evalúa la capacidad de aprovechar los conocimientos y habilidades para analizar, evaluar y resolver problemas de manera efectiva. Mediante la aplicación de esta estrategia, se pretende superar las limitaciones del enfoque estratégico tradicional y crear un nuevo espacio de mercado que permita alcanzar un mayor éxito y sostenibilidad (Camelo et al., 2012; Doménech, 2021).

1.1.2 Marco conceptual

Turismo convencional: es la práctica organizada y acostumbrada de desarrollar turismo. Las actividades son establecidas por una agencia de viajes, por ejemplo, y los servicios como alojamiento, transporte, alimentación y excursiones son tradicionales; dentro de esta clasificación se consideran las actividades turísticas de: sol y playa, cultural, salud, náutico, deportivo, social, negocios.

Turismo no convencional: o también conocido como alternativo, se le denomina a la práctica no habitual del turismo y tiene una representación especializada, se caracteriza por realizar de manera masiva y tiene como fin el placer y el descanso en destino como playas o grandes ciudades.

Entre estas actividades se encuentran: observación de aves, canotaje, espeleísmo, ciclismo de montaña, windsurf, montañismo, recorridos a caballo, rafting, recorrido de ríos, escalada, buceo y snorkel, observación de ballenas, observación y fotografía de la vida silvestre, entre otras.

Ruta turística: la ruta turística es una propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar en una zona bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. Son una modalidad de los productos turísticos, que, basado en un itinerario previo, facilita la orientación del pasajero en el destino (Molina, 2013).

Crecimiento económico: la definición más estricta de crecimiento económico, es la que indica que se produce un aumento en términos de renta o de los bienes y servicios que la economía de un territorio produce en un tiempo determinado generalmente medido en años (Sánchez, 2020).

1.5.3 Marco contextual

El sector turístico del Valle de Sibundoy, ubicado en el departamento de Putumayo, Colombia, ha ido ganando atención en los últimos años debido a su rica oferta cultural, entorno natural impresionante y conexiones con la espiritualidad indígena. Este valle, situado en las cordilleras de los Andes, ha surgido como un destino emergente que atrae a viajeros en busca de experiencias auténticas y enriquecedoras.

El Valle de Sibundoy se encuentra en un entorno geográfico privilegiado, rodeado de montañas y cruzado por ríos. Su belleza escénica, que incluye exuberantes valles y bosques llenos de flora y fauna originarias de la región, cascadas y áreas de cultivos de diferentes tipos, ofrece una experiencia visualmente cautivadora para los visitantes. El paisaje pintoresco proporciona una experiencia ideal para actividades como el senderismo, el avistamiento de aves y el turismo ecológico.

El sector turístico del Valle de Sibundoy también destaca por su conexión con las comunidades indígenas, especialmente los Kamentsá, que han habitado estas tierras durante generaciones. Los visitantes tienen la oportunidad de sumergirse en la cultura, el arte y las tradiciones de estas comunidades a través de interacciones auténticas. Los rituales, la medicina tradicional y la espiritualidad son aspectos que a menudo atraen a viajeros interesados en conocer y respetar estas prácticas ancestrales.

El Valle de Sibundoy ha atraído la atención de aquellos que buscan experiencias espirituales y de bienestar. Los viajeros interesados en explorar la medicina tradicional indígena, como el uso ritual de plantas sagradas, encuentran en esta región un espacio para aprender y participar en prácticas auténticas. Los retiros espirituales, talleres de crecimiento personal y la búsqueda de una conexión más profunda con la naturaleza son elementos que nutren este nicho de turismo.

El Valle de Sibundoy, con su combinación única de belleza natural, herencia cultural indígena y atractivos espirituales, tiene un potencial considerable para el crecimiento turístico. A medida que el turismo sostenible y responsable continúa en aumento, es esencial que las partes interesadas mantengan un enfoque en la preservación de la autenticidad de la región y en el respeto hacia las comunidades locales.

1.1.3 Marco legal

Constitución Política de Colombia 1991. La constitución respalda el turismo a través de los artículos 44 y 52 que faculta la recreación como un derecho para los niños, niñas y la sociedad colombiana en general, por lo que el artículo 67 establece que se debe formar a los colombianos en la práctica de recreación, el artículo 300 consagra que es función de las asambleas departamentales expedir las disposiciones en materia de turismo y los artículos 350 y 366 contemplan el gasto público en materia de recreación y aprovechamiento del tiempo libre.

Ley 300 de 1996, Ley general de turismo . Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009, esta ley manifiesta la importancia de la industria turística donde, “El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y cumplen una función social”; tiene como finalidad reglamentar los principios de la industria turística, conformar el sector turismo con su respectiva funcionalidad, y potencializar el sector turístico en la nación a través del plan nacional de desarrollo y plan sectorial de turismo.

Ley 2068 de 2020 ó Ley de Turismo. Establece medidas a largo, mediano y corto plazo que permiten promover actividades sostenibles, efectuar mecanismos para conservar, proteger y aprovechar los destinos y atractivos turísticos, con el fin de fortalecer la calidad turística y la

competitividad del sector, fortalecer la formalización de los prestadores de servicios turísticos y promover la reactivación del sector. En esta ley se destacan ocho mejoras normativas que van dirigidas a simplificar la expedición de la tarjeta profesional como guía de turismo, que las instituciones o entidades encargadas de llevar el Registro Nacional de Turismo deben prestar orientación gratuita a los prestadores de servicios turísticos en el proceso de inscripción, entre otros aspectos.

Decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo. El Decreto 1074 de 2015 tiene eje principal formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, para optimizar la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

Decreto 2063 de 2018. Este decreto modifica algunos aspectos del Decreto 1074 de 2015 y establece las condiciones para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo. En el artículo 1 se definen las causales por las cuales la Cámara de Comercio podrá abstenerse de realizar el registro, el artículo 2 describe qué información debe contener el certificado de Registro Nacional de Turismo y en el artículo 3 el registro se realizará de manera virtual.

Decreto 945 de 2014. Reglamenta la conformación y funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística, con el objetivo de mejorar la competitividad del turismo en el país, por lo que es de suma importancia establecer los organismos interinstitucionales y las entidades que los conforman, para que en conjunto aporten esfuerzos y experiencias en la implementación de las medidas y programas en materia de seguridad para el desarrollo de la actividad turística en Colombia.

Decreto 2851 de 2017. Se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social. El gobierno de Colombia con el ánimo de promover que las personas de recursos económicos limitados accedan y ejerzan su derecho al descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, ha implementado programas que permiten realizar actividades de sano esparcimiento, recreación, deporte y desarrollo cultural en condiciones adecuadas de economía, seguridad y

comodidad, como que las personas niveles I y II del SISBEN puedan tener descuentos especiales en sitios turísticos.

El Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) fue creado como herramienta de financiación para la competitividad y sostenibilidad de la industria turística y los entes territoriales. Dentro de las principales estrategias que financian este fondo están: Mejoramiento de la competitividad y el fortalecimiento del mercadeo y promoción turística.

Estas líneas estratégicas conforman las siguientes actividades: Planificación turística, diseño de productos turísticos, Investigación de mercados, redes temáticas de turismo, Formación, capacitación y sensibilización turística, Estudios, innovación y desarrollo tecnológico (TICs).

1.2 Metodología

1.2.1 Paradigma de investigación

Para el estudio se tiene en cuenta el paradigma de investigación Mixto, según concepto definido por Guelmes y Nieto (2015) afirman:

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento, y justifica la utilización de este enfoque en su estudio considerando que ambos métodos (cuantitativo y cualitativo) se entremezclan en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita la triangulación como forma de encontrar diferentes caminos y obtener una comprensión e interpretación, lo más amplia posible, del fenómeno en estudio. (p. 24)

1.2.2 Enfoque de investigación

Dentro de la investigación se tendrá en cuenta el enfoque cualitativo y cuantitativo, ya que la información recolectada, generará datos cualitativos como cuantitativos, lo cual permitirá

identificar los elementos de turismo con todas las implicaciones que tienen como lo son las socioeconómicas, cultural, ambientales, climáticas, y demás ámbitos; se tomará como base la recolección y análisis de variables que llevan a trazar la ruta turística como alternativa de turismo en el Valle de Sibundoy, de igual manera, se va a describir, registrar e interpretar mediante el análisis de las características y propiedades de los habitantes de la región, dependiendo el criterio dónde se clasifica, para sintetizar la información, y profundizar en el tema, basándose sobre la realidad de los hechos y su adecuada interpretación.

1.2.3 Método de investigación

El método de investigación de este proyecto será mixto ya que se basa en la integración de datos y técnicas cualitativas y cuantitativas; para el caso de la presente investigación se realiza el uso de herramientas deductivas a través de una encuesta y herramientas de tipo inductivo a través de entrevistas.

1.2.4 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se llevará a cabo para el desarrollo de esta investigación será de tipo descriptivo ya que se partirá desde la descripción de un problema hasta la descripción, análisis e interpretación de datos, como bien lo menciona Best (como se citó en Tamayo y Tamayo, 2003) en su libro de El proceso de la investigación científica define el método descriptivo como “registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente” (p. 46).

Es de carácter descriptivo debido a que parte de la identificación del sistema turístico y sus componentes que se convierten en elementos claves para la elaboración de un diseño de una ruta de turismo, se tendrá en cuenta las variables del fenómeno producen un entendimiento de la dinámica turística como lectura alternativa del territorio, haciéndose así fundamentales desde una perspectiva multisectorial, interdisciplinaria y concordante con las necesidades y expectativas globales, una serie de estrategias manejo y seguimiento al desarrollo del producto turístico.

1.2.5 Población y muestra

La población objeto de estudio, se identifica en el Valle de Sibundoy que comprende cuatro municipios (Santiago, Colón, Sibundoy y San Francisco) los cuales presentan afluencia de turistas.

Para identificar la población se tiene en cuenta algunos criterios estratégicos obtenidos a partir de información consultada en la página del DANE con respecto al censo realizado en el año 2018, los criterios son: tomar el 10% de la población resultado para cada municipio y tomar población entre los 30 y 59 años de edad. A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

Tabla 3

Población de investigación

Población objeto de estudio			
Municipio	Total habitantes	Total habitantes entre 30 y 59 años	Población escogida (10%)
Santiago	6.836	2354	235
Colón	5.204	1929	193
Sibundoy	14.104	5109	511
San Francisco	5.572	2001	200
Total población			1139

Muestra: Para obtener la muestra de la población a encuestar se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde N es el total de la población (1.139 personas), Z el nivel de confianza que para este estudio se estima del 95% (1,96), e representa el error estimado del 5%, p proporción esperada y q probabilidad en contra se tomaron cada una del 50% al no obtener estudios similares en Valle de Sibundoy (Putumayo).

$$n = \frac{(1139) \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2 \cdot (1139 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = 287.45 = 287$$

Una vez realizado los cálculos anteriores se determinó que el número de personas a encuestar será de 287.

1.2.6 Técnica e instrumentos de recolección de información

La técnica que se aplicara para la recolección de información como fuente primaria es la encuesta, la cual contiene un cuestionario de preguntas estructuradas que oriente la obtención de resultados que den cumplimiento a los objetivos específicos propuestos en la investigación. La encuesta permite obtener información de las personas que hacen parte activa del problema investigativo y posteriormente analizar, interpretar y emitir juicios o conclusiones de los hallazgos.

1.5.3.1 Fuentes de información. Como fuentes primarias, se obtiene a través de la participación activa de los pobladores y turistas del Valle de Sibundoy, de igual manera, de entidades gubernamentales como secretarías de turismo, Fontur del departamento del Putumayo. Y secundarias, fuentes de consulta relacionadas con turismo y guías turísticas como libros y bases de datos.

2 Presentación de resultados

2.1 Procesamiento de la información

Los resultados de la encuesta se revisaron exhaustivamente con el fin de que no existan errores, datos faltantes o inconsistencias en las respuestas, se tabularon los datos con las respuestas de la población objeto de estudio, para interpretar los hallazgos mediante tablas, gráficos y diagramas..

2.2 Análisis e interpretación de resultados

2.2.1 Identificar el contexto de los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy.

La población que contribuyeron a la generación de datos e información fue de 287 personas de las cuales el 52% fueron mujeres (150) y el 48% hombres (137) entre los 30 y 59 años. En la figura 6 y 7, se puede apreciar que el mayor número de mujeres encuestadas se encontraron entre los 30 y 34 años y los hombres entre los 40 y 44 años. 109 del total de encuestados fueron visitantes y 177 personas residentes, donde dos de ellas respondieron que no conocían atractivos turísticos en el municipio de Valle de Sibundoy, por lo que solo 285 personas terminaron de llenar el cuestionario

Figura 6

Rangos de edad de las mujeres encuestadas

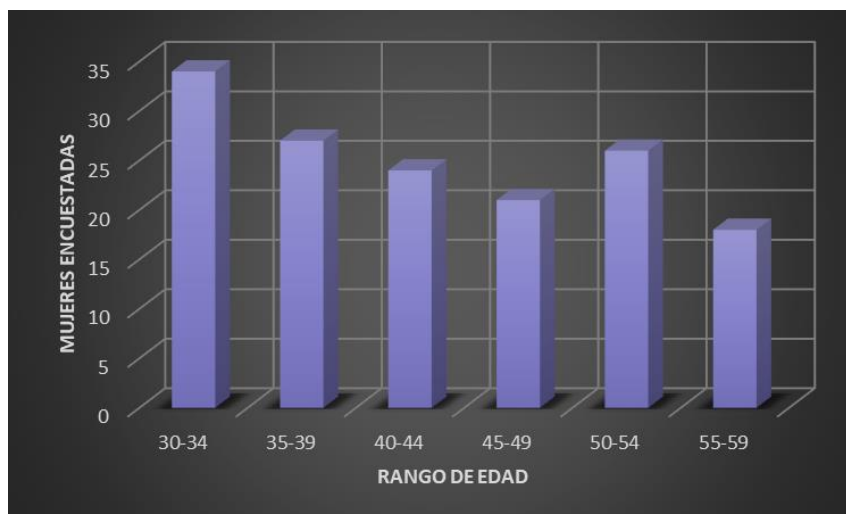
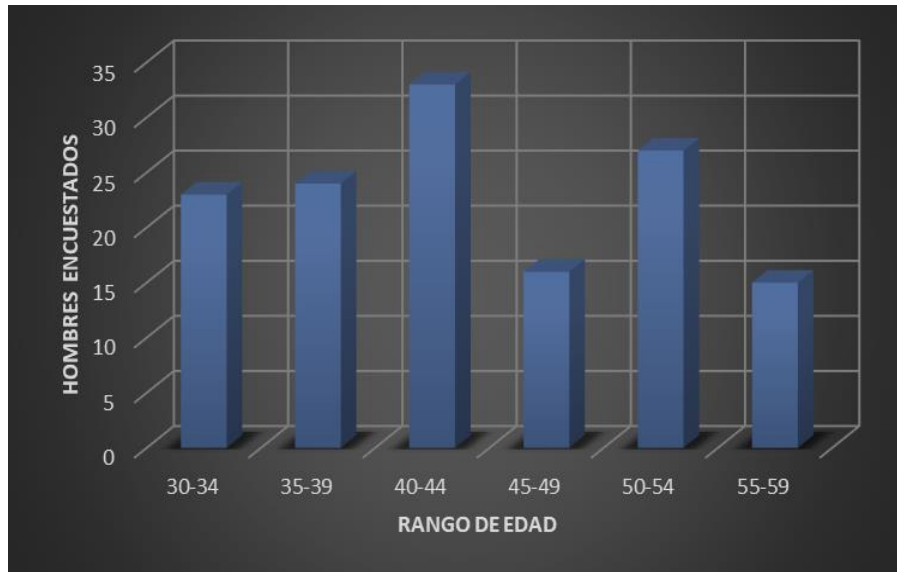


Figura 7

Rangos de edad de los hombres encuestados



El motivo más frecuente en orden de importancia por el cual las personas encuestadas viajan al municipio radica en visitar a familiares 26%, seguido por turismo 15% y medicina ancestral 13%. Entre las razones menos importantes las personas señalaron compras 7% y curiosidad por conocer el lugar 6% (Figura 8).

Figura 8

Diagrama de los motivos de visita a el Valle de Sibundoy

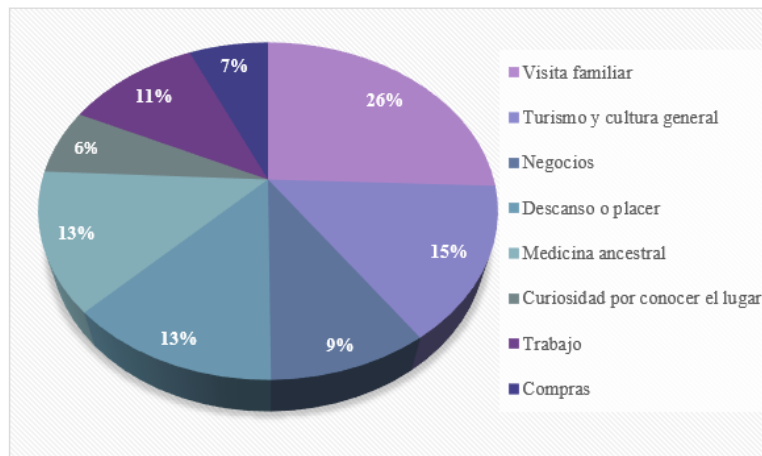
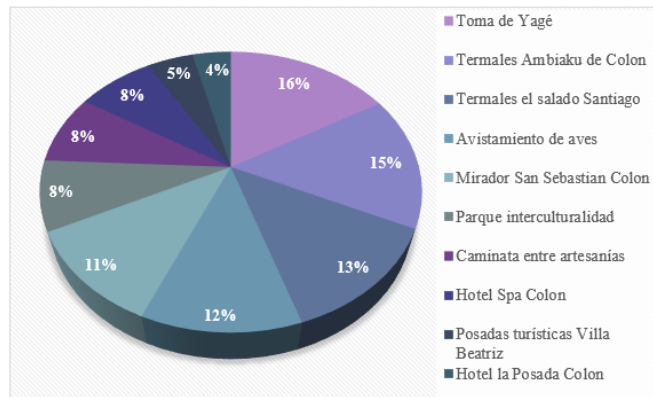


Figura 9

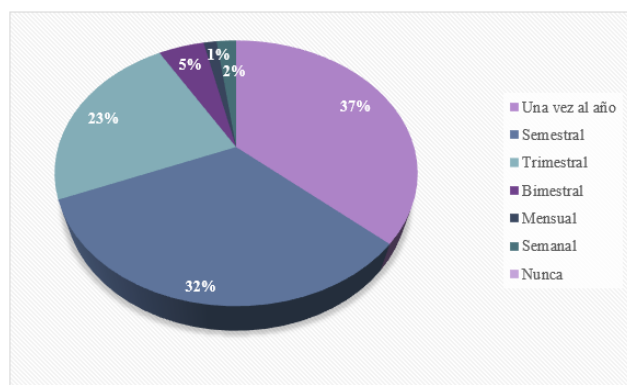
Atractivos turísticos identificados en el Valle de Sibundoy



La toma de yagé fue el mayor atractivo turístico identificado por los encuestados con el 16%, seguido por las termales de Ambiaku de Colón con un 15% y las termales de El Salado Santiago con el 13%, con una proporción similar del 12% y 11%. Las personas encuestadas también identificaron el avistamiento de aves y el mirador de San Sebastián en Colón como sitios turísticos, entre los sitios turísticos menos destacados donde solo 13 y 11 personas (Anexo D) reconocieron las posadas turística Villa Beatriz y el hotel la Posada Colón respectivamente con un 5% y 4%.

Figura 10

Frecuencia de visita a los sitios turísticos

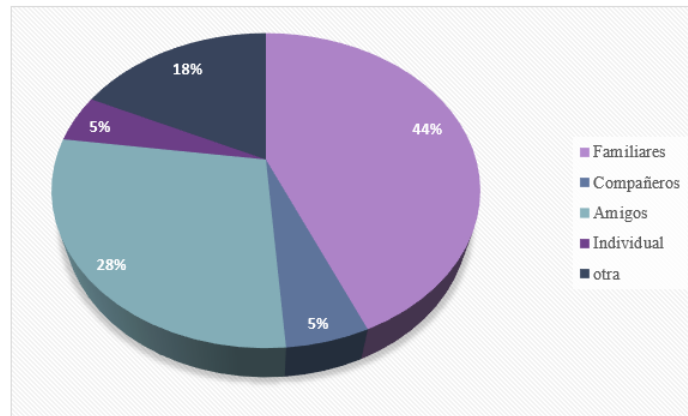


Como se puede ver en la anterior figura, la mayor cantidad de personas consultadas visitan estos atractivos al menos una vez al año 37%, seguido de cada seis meses con el 32% y trimestralmente

con el 23% que correspondieron a 104, 92 y 65 personas respectivamente (Anexo D), de las personas encuestadas que visitan los sitios turísticos con menor frecuencia 6 lo hacen semanal y cuatro semanalmente.

Figura 11

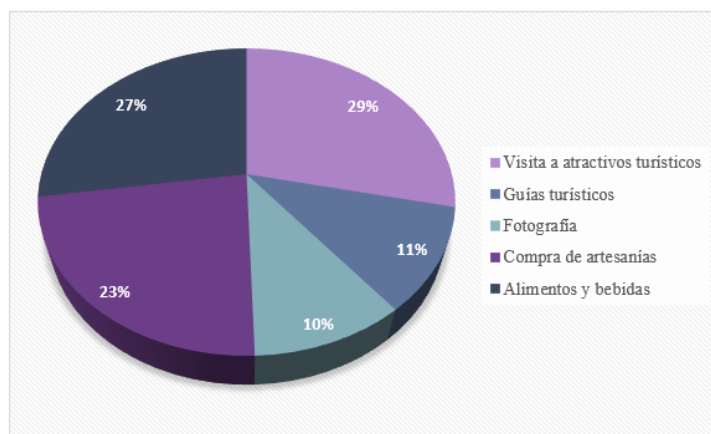
Principal compañía para visitar los atractivos turísticos



En la figura 11, se puede observar la tendencia de las personas encuestadas en cuanto a la compañía para visitar los sitios turísticos, observando que la mayoría de estas personas visitan estos lugares en compañía de la familia y amigos ya que 124 personas que representa el 44% del total realizan visitas con familiares y 81 personas (Anexo E) equivalente al 28% van con amigos y con menor frecuencia las personas encuestadas realizan turismo en el Valle de Sibundoy con compañeros (5%) e individualmente (5%).

Figura 12

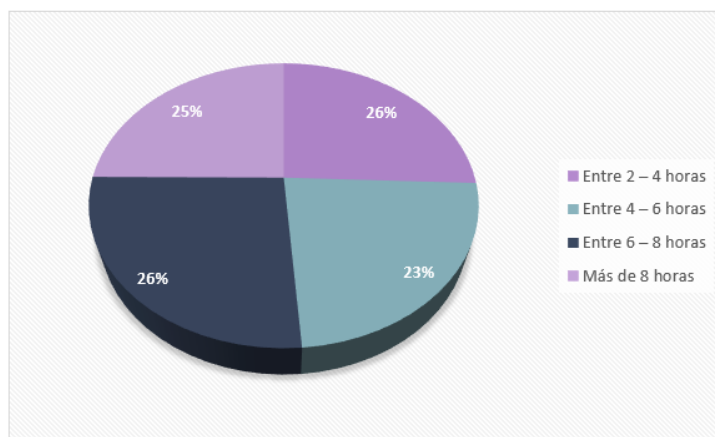
Servicios y/o productos que utilizarían durante su estadía.



Según la figura 12, entre los productos y servicios que los encuestados destacaron como los más importantes, son las visitas a los sitios turísticos con un 29%; el consumo y disponibilidad de alimentos y bebidas con un 27%, seguido de la compra de artesanías con un 23% y finalmente con porcentajes no tan altos pero igualmente representativos las personas destacaron actividades como la fotografía con el 10% y el servicio de guías turísticos con el 11%, para disponer de estos valores durante el recorrido y visita de los atractivos mencionados.

Figura 13

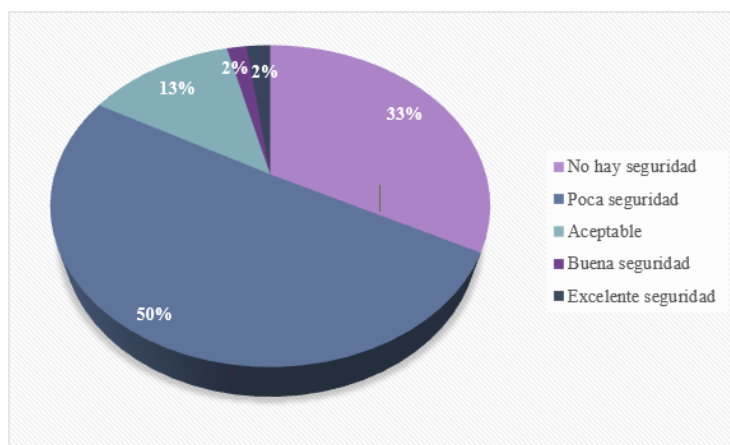
Tiempo promedio de permanencia en la visita turística



En la figura 13, en cuanto al tiempo de permanencia el rango de número de horas que las personas consideran pasar en los atractivos turísticos, se obtuvieron porcentajes muy similares como puede observarse en la anterior figura, puesto que los intervalos de 2 a 4 horas y de 6 a 8 horas representan proporciones iguales de preferencia del 26% y las personas que consideran más de 8 horas para visitar y disfrutar estos sitios, cuentan con una representatividad del 25% frente a un 23% de las personas que consideran de 4 a 6 horas tiempo suficiente para realizar las visitas. El número de personas por rango de edad y género, con sus respectivas preferencias en cuanto al tiempo de visita se puede observar con mayor detalle (Anexo F).

Figura 14

Seguridad en los sitios turísticos del Valle de Sibundoy



Según la figura 14, el 50% de personas encuestadas manifestaron que en el Valle de Sibundoy hay poca seguridad en los atractivos turístico y el 33% manifestaron que no hay seguridad, mientras que solo el 13% piensa que la seguridad apenas es aceptable y el 4% de las personas opinan que la seguridad es buena o excelente, siendo el mayor porcentaje de personas aquellas que están descontentas con la seguridad y se mostraron preocupadas. En el apartado de discusión se pudo analizar mejor la seguridad como factor determinante para realizar y promocionar turismo seguro en estos lugares.

Figura 15

Disposición para Impulsar el Sector Turístico en el Valle de Sibundoy

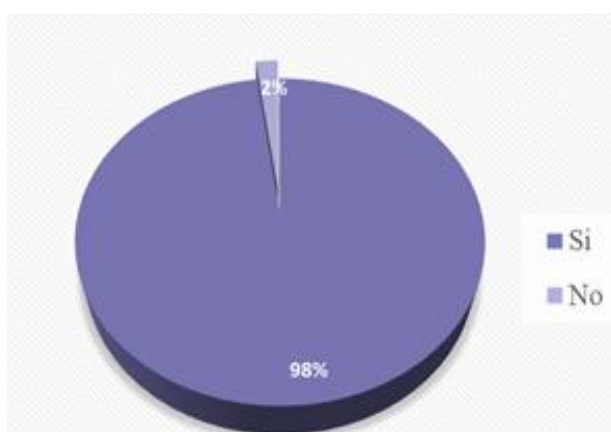
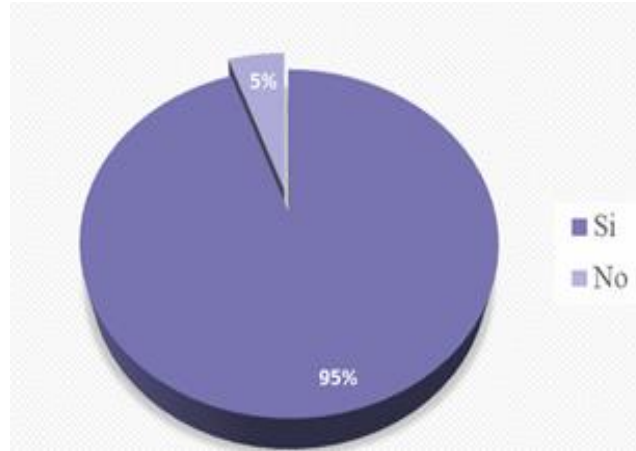


Figura 16

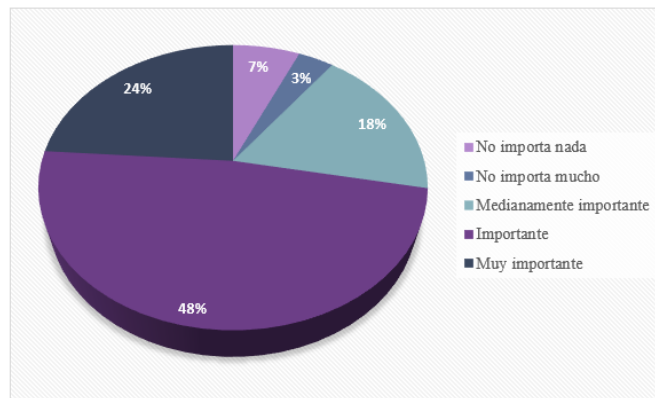
Disposición para la Creación de una Nueva Ruta Turística en el Valle de Sibundoy



La mayoría de las personas que participaron en esta investigación aportando su opinión están dispuestas a impulsar el turismo y a apoyar la creación de una ruta nueva turística en el valle de Sibundoy, con porcentajes del 98% (A) y 95% (B) respectivamente y muy pocas personas dieron opiniones negativas con el 2% y 5% respectivamente para cada cuestión dada.

Figura 17

Importancia de una ruta turística que integre los atractivos y los servicios turísticos



Según la figura 17, el 48% de las personas encuestadas manifestó que es importante contar con una ruta turística que pueda ser capaz de integrar los atractivos turísticos expuestos y los servicios

turísticos mencionados, como el 24% considera que es muy importante y el 18% que es medianamente importante, se ve que el diseño de una ruta si es considerada con relevancia ante las personas encuestadas y que solo el 7% y 3% consideran que no es relevante o tiene entre el 2 y 1 nivel de importancia lo que es poca proporción en comparación a los otros niveles (3,4 y 5).

Los resultados obtenidos anteriormente con la encuesta son similares a las respuestas obtenidas por los funcionarios gubernamentales entrevistados (Anexo B), a pesar de los intentos por establecer un mayor acercamiento con los funcionarios públicos gubernamentales, se encontraron dificultades debido a la apretada agenda que presentaban. Como resultado, solo se logró entrevistar a dos funcionarios pertenecientes a la parte administrativa de las alcaldías de los municipios de Santiago y Sibundoy. Se respetó en todo momento la cláusula de privacidad y confidencialidad de la identidad de los entrevistados, quienes manifestaron que los aspectos más atractivos son la cultura indígena, la comida, las aguas termales y la medicina ancestral.

Los funcionarios entrevistados manifestaron que visitar un nuevo lugar, probar la comida y conocer lugares naturales es lo más llamativo, manifiestan que las rutas deberían contener más turismo natural y que se incluya la visita de chagritas para conocer las plantas y alimentos cultivados en sus territorios, concuerdan que, aunque sería mejor contar con hospedajes rurales es mejor tener dos opciones como también los hospedajes urbanos para aquellos que gusten un ambiente diferente. Ambos funcionarios estuvieron de acuerdo en que se debe realizar interacción con las comunidades indígenas para así poder aprender de ellas, y que ambos practican en los rituales espirituales de sanación o medicina ancestral para sanarse. Finalmente, uno de los funcionarios recomienda que sería interesante incluir deportes extremos en la ruta.

2.2.1.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter para identificar el contexto de los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy. Para analizar cada una de las cinco fuerzas de Porter y sus principales variables se presenta a continuación una matriz organizada por niveles en orden de importancia. En este contexto, se utiliza una escala del 1 al 5, donde el valor más bajo indica una intensidad menor o un nivel más bajo de la fuerza medida, mientras que el valor más alto (5) indica una intensidad mayor o un nivel más alto de dicha fuerza.

Tabla 4*Valoración de las fuerzas de Porter*

Fuerza/Nivel de valoración	1	2	3	4	5
1. Poder de los clientes					
Caracterización de la demanda turística en el Valle de Sibundoy				X	
Crecimiento del turismo nacional			X		
Crecimiento del turismo internacional			X		
Poder negociación de los clientes o turistas con base a su número		X			
Cantidad rutas turísticas del Valle de Sibundoy sustitutas en el mercado				X	
2. El poder de negociación de los proveedores					
Facilidad de mis proveedores a encontrar clientes					X
Los proveedores del sector de interés se encuentran dispersos		X			
3. Amenaza de los productos sustitutos					
Amenaza de nuevos productos o servicios turísticos				X	
Posibilidad de lanzamiento de nuevos productos				X	
Niveles de rentabilidad			X		
Incorporación de algún valor añadido que no tiene nuestro producto o servicio			X		
4. Amenaza de los nuevos competidores					
Existencia de barreras a la entrada			X		
Intensidad de las barreras			X		
Rentabilidad del sector		X			
Crecimiento de la demanda Insatisfecha				X	
5. Rivalidad entre los competidores existentes					
Facilidad de los competidores para bajar el precio				X	

Fuerza/Nivel de valoración	1	2	3	4	5
Cambios de estrategias				X	
Acciones competitivas agresivas				X	
Cantidad de competidores				X	

Con la obtención de la información de la tabla 4; permite identificar la competitividad de una nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy ya que por medio de esta matriz se intenta buscar una posición favorable en la industria turística, con el fin de lograr rentabilidad sostenible y resistir a las fuerzas competitivas, para poder ofrecer una experiencia más satisfactoria que las demás existentes en el mercado, conociendo en qué situación y que oportunidad competitiva se encuentra la misma en términos de turismo. Cada fuerza se discute con base en análisis teórico y datos e información obtenidos de las encuestas aplicadas a la población objeto de estudio.

2.2.1.2 Diagnóstico del potencial de los principales atractivos turísticos en el Valle de Sibundoy . Para realizar el diagnostico se tomó en cuenta seis puntos que ayudan a dilucidar la potencialidad turística, 1) en primer lugar el tipo de atractivo turístico, si este es natural, cultural, gastronómico o de aventura, 2) si pertenecen a entidades públicas o privadas, 3) la infraestructura, si esta es adecuada o necesita mejoramiento, viabilidad y puntos de conexión entre los diversos sectores turísticos, 4) servicios con los que cuenta, 5) posible demanda, ya sea local, nacional o internacional y 6) prestadores del servicio o atractivo (S. Molina, 2000; Reza et al., 2021).

Tabla 5

Diagnóstico del potencial de los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy.

1. Tipo	2. Dependencia	3. Estado de la infraestructura	4. Servicios	5. Demanda	6. Prestadores del servicio
Atractivo: Avistamiento de aves					
Natural	Entidad Privada	Bueno	- Guianza - Identificación de aves	- Local - Nacional - Internacional	Comunidades Inga y Kamentsa

1. Tipo	2. Dependencia	3. Estado de la infraestructura	4. Servicios	5. Demanda	6. Prestadores del servicio
Atractivo: Termales El Salado					
Natural /Cultural/Aventura	Pública	Aceptable	- Guianza -Limpieza espiritual -Medicina ancestral -Terapia relajación	- Local - Nacional - Internacional	Guía comunidad Inga
Atractivo: Toma de Yagé con la comunidad Inga					
Cultural	Privado	Bueno	-Limpieza espiritual -Medicina ancestral -Guianza espiritual	- Local - Nacional - Internacional	Taita y Mamita comunidad Inga
Atractivo: Senderismo reserva Dantakunapa (Fundación Kindicocha)					
Natural	Público/Privado	Bueno	- Guianza -Enseñanza agricultura tradicional - Taller de plantas medicinales	- Local - Nacional - Internacional	Guía comunidades indígenas y voluntarios nacionales o internacionales
Atractivo: Termales Ambiaku de Colón					
Natural	Público	Bueno	- Terapia de relajación - Sauna - Yacusi - Lodoterapia - Masajes	- Local - Nacional - Internacional	Comunidades indígenas
Atractivo: Mirador de San Sebastián Colón					
Natural	Público	Aceptable	- Guianza	- Local - Nacional - Internacional	Guía local

1. Tipo	2. Dependencia	3. Estado de la infraestructura	4. Servicios	5. Demanda	6. Prestadores del servicio
Atractivo: Caminata entre artesanías					
Cultura l/Comp ras	Privado	Bueno	- Guianza de artesanías - Charla sobre la cultura Kamentsa	- Nacional - Internacional	Guía comunidad indígena Kamentsa
Atractivo: Parque interculturalidad (Sibundoy)					
Cultura l	Publico	Aceptable	- Guianza -Charla educativa y de contexto	- Nacional - Internacional	Guía comunidad indígena Kamentsa
Atractivo: Toma de Yagé con la comunidad indígena Kamentsá					
Cultura l	Privado	Bueno	-Limpieza espiritual -Medicina ancestral -Guianza espiritual	- Local - Nacional - Internacional	Taita y Mamita comunidad Kamentsa
Atractivo: Posadas turísticas Villa Beatriz (Sibundoy)					
Cultura l/Gastronómico o/Natural	Privado	Bueno	- Gastronomía - Hospedaje - Relajación	- Nacional - Internacional	Talento humano de las posadas
Atractivo: Hotel la Posada Colón (Sibundoy)					
Cultura l/Gastronómico o	Privado	Bueno	- Gastronomía - Hospedaje	- Nacional - Internacional	Talento humano del hotel

En la anterior tabla se puede observar el potencial de los atractivos turísticos planteados, la mayoría de ellos son de naturaleza y cultura, con una infraestructura en buen estado en su mayoría y algunos como el mirador de San Sebastián y el Parque de la interculturalidad en estado aceptable ya que se necesita mejorar aspectos como el orden, aseo, y estado de bancas y senderos. En cuanto

a los servicios cada atractivo ofrece diversos servicios desde guianza hasta, gastronomía y alojamiento, todo esto gracias a la prestación del servicio de locales y comunidades indígenas.

2.2.2 Establecer los atractivos con potencial turístico del Valle de Sibundoy, que contribuyan a su reconocimiento.

Como puede observarse en la siguiente tabla, los encuestados destacaron los atractivos turísticos considerados más populares dentro de la región, los cuales se presentan en orden de ubicación, tomando en cuenta una ruta a partir de la salida desde Pasto (Nariño) (ver Anexo C):

Tabla 6

Ubicación geográfica de los atractivos turísticos en el Valle de Sibundoy

Municipio	Atractivo	Ubicación geográfica
Santiago	Avistamiento de aves	Chorro San José 1° 7' 56.8461" N, 76° 59' 34.8796"
	Termales el salado Santiago	1° 6' 6.5579" N, 76° 58' 26.4923" O
	Toma de Yagé con la comunidad indígena Inga	Corregimiento de San Andrés 1° 7' 49.3536" N, 76° 59' 24.504" O
Colón	Avistamiento de aves	Reserva Dantakunapa (Fundación Kindicocha) 1° 10' 45.7176" N, 76° 58' 48.6804" O
	Termales Ambiaku de Colón	1° 11' 4.6507" N, 76° 58' 20.8918" O
	Mirador San Sebastián Colón	1° 11' 49.236" N, 76° 58' 13.378" O
	Hotel la Posada Colón	1° 11' 25.3250" N, 76° 58' 21.2450" O
Sibundoy	Caminata entre artesanías	Muchos lugares sobre la calle 18 de Sibundoy 1° 12' 18.09" N, 76° 54' 58.5936" O y taller Arte Sibundoy-Artesanías Kamentsá
	Parque interculturalidad	1° 12' 19.8701" N, 76° 54' 57.8956" O
	Toma de Yagé con la comunidad indígena Kamentsá	Diferentes sitios en Sibundoy
	Posadas turísticas Villa Beatriz	1° 12' 44.2548" N, 76° 55' 31.8468" O

La toma de Yagé es opcional y puede realizarse bajo la supervisión de la comunidad Inga o la comunidad Kamentsa.

El uso de Yagé en Colombia no está regulado por lo que no existe una legislación específica que lo permita o lo prohíba y su uso cuenta con un fuerte reconocimiento cultural (Álvarez, 2023). Sin embargo, la ONU ha clasificado el principal compuesto activo la Dimetiltriptamina (DMT), como una sustancia psicotrópica de la LISTA I prohibida globalmente, debido al vacío legal por el momento en Colombia la responsabilidad y de la decisión de participar en la toma se le atribuye a los participantes y turistas (Albarracín, 2023; Marín y Caraballo, 2023).

Al contener una sustancia química psicotrópica es importante no exceder su uso, se debe respetar la preparación antes de la toma como una alimentación ligera aprobada por los Taitas quienes cuentan con la experiencia, además si se ha ingerido drogas, alcohol y otras sustancias similares lo mejor es informar al Taita y abstenerse de realizar el consumo puesto que no existe evidencia clara de cómo puede reaccionar el cuerpo cuando se combinan estas sustancias con el Yagé (Álvarez, 2023).

2.2.2.1 Análisis del valor de una nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy como alternativa de crecimiento económico.

Tabla 7

Eslabones de la cadena de valor de la ruta turística

Eslabón	Concepto
Planificación	<p>1. Gestión del territorio: en el diseño de esta ruta se destaca que existe una sostenibilidad en cuando a todos los atractivos turísticos, ya que no implica la construcción de nueva infraestructura ni el deterioro de la actual y sobre todo la natural, ya que las actividades propuestas, no intervienen de forma brusca los sitios, si no que los turistas disfrutan en armonía con la naturaleza.</p> <p>2. Talento humano: Se plantea que las personas participantes en la prestación de los servicios turísticos planteados en el presente diseño, cuenten con la experticia suficiente o formación académica correspondiente, para guiar y demostrar la experiencia buscada en cada atractivo. Por ejemplo, se buscarán personas de las comunidades inga y Kamentsa y también aquellas con conocimiento en idiomas o profesionales de áreas relacionadas al turismo.</p>

Eslabón	Concepto
	<p>3. Normativa legal: como puede observarse en el apartado 1.4.4 del presente documento, se expone la normatividad concerniente y necesaria para dar un contexto legal del turismo en Colombia.</p>
<p>Organización del producto - destino</p>	<p>En la tabla 5 se observa la relación producto destino como parte del diagnóstico del potencial de los principales atractivos turísticos en el Valle de Sibundoy y también observar el personal a cargo de dichas actividades.</p>
<p>Comunicación</p>	<p>Para este apartado se planea cubrir todos los medios de comunicación posibles, a través de estrategias basadas en generar campañas de marketing, que exponga las novedades y la integralidad de la nueva ruta turística propuesta. Esta campaña al menos en redes sociales estará disponible tanto en idioma español como en inglés, para así atraer a los visitantes extranjeros.</p>
<p>Distribución-Comercialización</p>	<p>Se debe realizar convenios y alianzas tanto con instituciones de tipo privadas como públicas, para lograr un alcance amplio y llegar a más personas, con la premisa de generar beneficio a las entidades y crecimiento económico del Valle de Sibundoy</p>
<p>Transporte (acceso, llegada al destino)</p>	<p>El acceso al Valle de Sibundoy se puede realizar mediante vía aérea y terrestre. En la primera opción se tomaría la ruta Mocoa-Sibundoy llegando por el aeropuerto de Villa Garzón y vía aérea/terrestre llegando al aeropuerto de Chachagüí; desde la ciudad de Pasto, por la ruta Pasto-Santiago. La dirección de la ruta, se tomará con base en el grupo de personas disponibles, por el momento esta ruta se tiene planeada desde la ciudad de Pasto.</p>
<p>Consumo</p>	<p>Se recomienda realizar un estudio de mercado que logre proponer un precio justo en relación a la calidad ofrecida y el número de días contemplados que en este caso son 4 días tres noches, recorriendo el Valle de Sibundoy.</p>
<p>Posconsumo</p>	<p>Para obtener los resultados favorables al servicio, es importante proporcionar buenas experiencias en cada uno de los destinos que cubre la ruta turística, de esta manera los turistas generan comentarios positivos que contribuyen al reconocimiento de la ruta turística. Además, es importante el adecuado manejo de redes sociales y la comunicación interpersonal.</p>

Figura 18

Cadena de valor de los atractivos senderismo y avistamiento de aves



Figura 19

Cadena de valor de la visita a las aguas termales El Salado y Ambiaku.

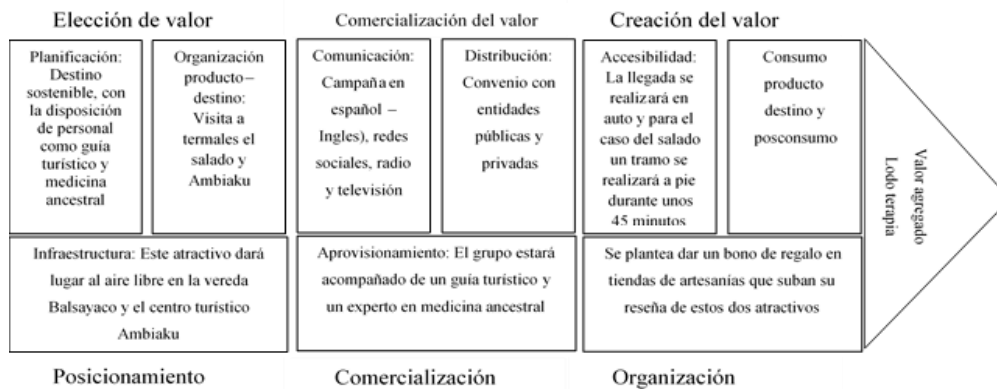


Figura 20

Cadena de valor de la Toma de Yagé



Figura 21

Cadena de valor del Mirador San Sebastián Colón

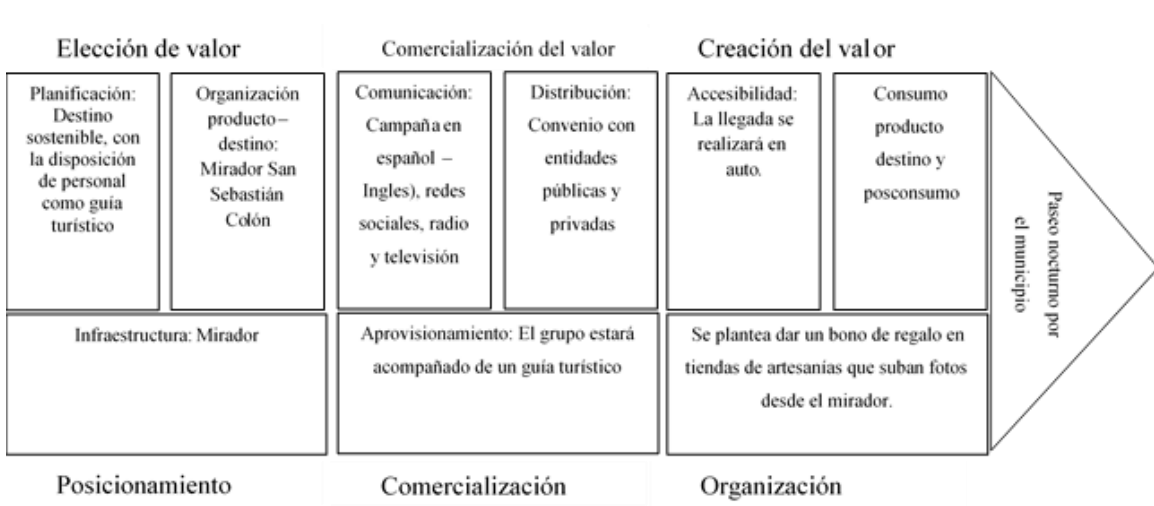
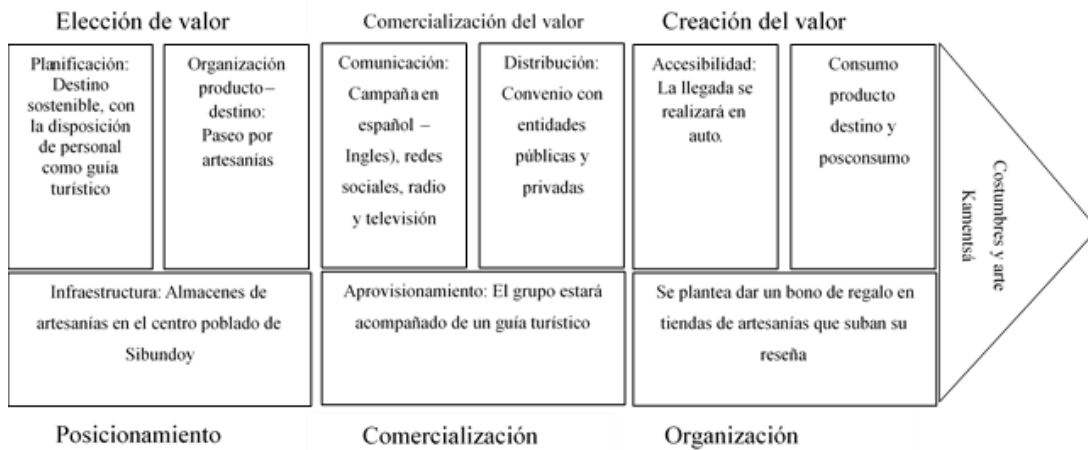


Figura 22

Cadena de valor del paseo por las artesanías



En las anteriores figuras se puede observar que la creación del valor se da desde la accesibilidad el consumo y posconsumo cuando se logra que hayan tenido un buen servicio y las personas divulguen su experiencia en redes sociales.

2.2.2.2 Estrategia del océano azul para el diseño de una nueva ruta turística en el Valle

de Sibundoy. Por medio de esta importante herramienta se buscó reconocer que aspectos están siendo desaprovechados para implementarlos en la creación de un nuevo producto/servicio aprovechando un mercado nuevo no disputado, las variables que se usaron para comparar la nueva ruta propuesta con las del mercado actual son: precio, calidad, servicios ofrecidos, gastronomía tradicional, personal especializado, duración y publicidad.

Para crear océanos azules esta estrategia busca la innovación en valor, el enfoque en la demanda para redefinir las fronteras, por lo que se puede utilizar la herramienta conocida como el esquema de los seis caminos. Se escogió el cuarto camino que sirvió para adoptar una visión diversificada y reconocer donde se sitúan las oportunidades para encontrar nuevas fronteras.

Tabla 8

Matriz E.R.I.C, cuadro estratégico

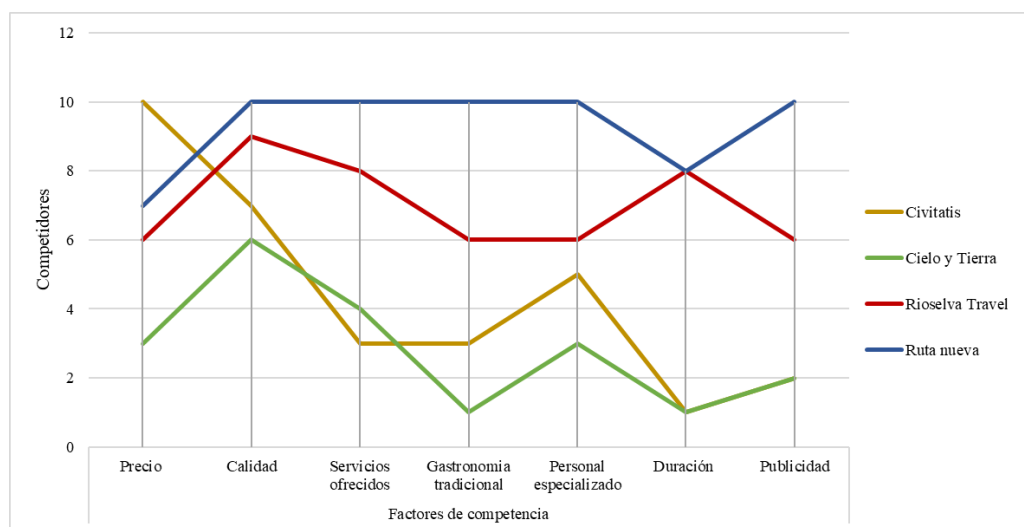
<p>Eliminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad impresa • Intermediarios en cada servicio 	<p>Incrementar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad digital • Opciones de comida tradicional • Número de días ofertados • Personal capacitado • Responsabilidad ambiental, social y cultural
<p>Reducir</p> <ul style="list-style-type: none"> • El número de personas por grupo • Actividades nocturnas 	<p>Crear</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña publicitaria • Menú variado de comidas, bebidas, postres y dulces tradicionales • Remuneración a cambio de publicidad o reseñas

Camino 4: Mirar más allá hacia la oferta de productos y servicios complementarios. Se trabaja desde la perspectiva de este camino ya que en el diseño de la nueva ruta se planea la oferta de servicios que no tienen cobertura por parte de las agencias actuales o se ofrecen de manera parcial, como lo es la gastronomía tradicional y el personal altamente capacitado. También se ve la

necesidad de realizar campañas publicitarias fuertes que atraigan mayor público tanto local, como nacional e internacional.

Figura 23

Curva de Valor



Para la presentación de la curva de valor, se realizó a través de: Tabulación de los factores de competencia con asignación de 1 a 10, por ejemplo si se manejan precios bajos la puntuación será de 10 y entre más altos será de 0; para el resto de los casos los valores más altos se distribuyen de acuerdo con el criterio: alta calidad, mayor número de servicios ofrecidos, mayor variedad gastronómica tradicional, cantidad de personas especializadas en turismo y publicidad fuerte.

2.2.3 Ruta turística, como alternativa de crecimiento económico del Valle de Sibundoy

Temática: Paseo ancestral de encuentro espiritual, se busca construir una temática que abarque la cultura ancestral indígena y sus costumbres, enfocándose en las comunidades Inga y Kamentsá, las cuales son las que representan mayor porcentaje poblacional en el Valle de Sibundoy.

Tipo de ruta: Se sugiere que la propuesta de la nueva ruta, se lleve a ejecución con guías y lugareños que conozcan muy bien los lugares y servicios que se prestarán, para asegurar la calidad y

satisfacción de los visitantes. Se propone también, que es importante ofrecer un punto de información donde las personas puedan acceder si tienen dudas, reclamos o solamente desea saber más acerca del recorrido, como costos, duración, ubicaciones y demás.

2.2.3.1 Introducción y contexto histórico. Al noroeste de Putumayo aproximadamente a 80 Km de Mocoa y al oriente de Nariño se ubica El Valle de Sibundoy, dotado de hermosos paisajes en la vertiente andina de la cordillera oriental (Turismo Colombia, 2023). Se puede disfrutar diversos microclimas desde fríos energizantes provenientes de los páramos hasta ambientes templados, que ofrecen un excelente sitio de descanso y aventura, en esta región se encuentran aguas termales y afluentes donde se puede disfrutar de la naturaleza (Lugo et al., 2010), siendo un hotspot de especies endémicas únicas de esta región, se ofrece una actividad única como lo es el avistamiento de aves (Acevedo, 2014).

Este territorio es reconocido históricamente, por haber hecho una importante resistencia en el proceso colonial, favorecido por el difícil acceso a sus tierras y la rebeldía de sus indígenas, aún se conservan vivas sus tradiciones ancestrales culturales, gastronómicas, artísticas y musicales (Ramírez de Jara, 2014), así que en este destino se podrá convivir de cerca con las comunidades Inga y Kamentsá, disfrutando del carnaval del perdón, la toma de Yagé y su medicina ancestral, recorrido y observación de las artesanías y sus exquisitos platos tradicionales (Cámara de Comercio Pasto, 2020). A continuación, se presentan una serie de actividades y lugares propuestos en un detallado itinerario como parte de la nueva ruta que permita el desarrollo económico de la región mientras se muestra un panorama integral del Valle de Sibundoy.

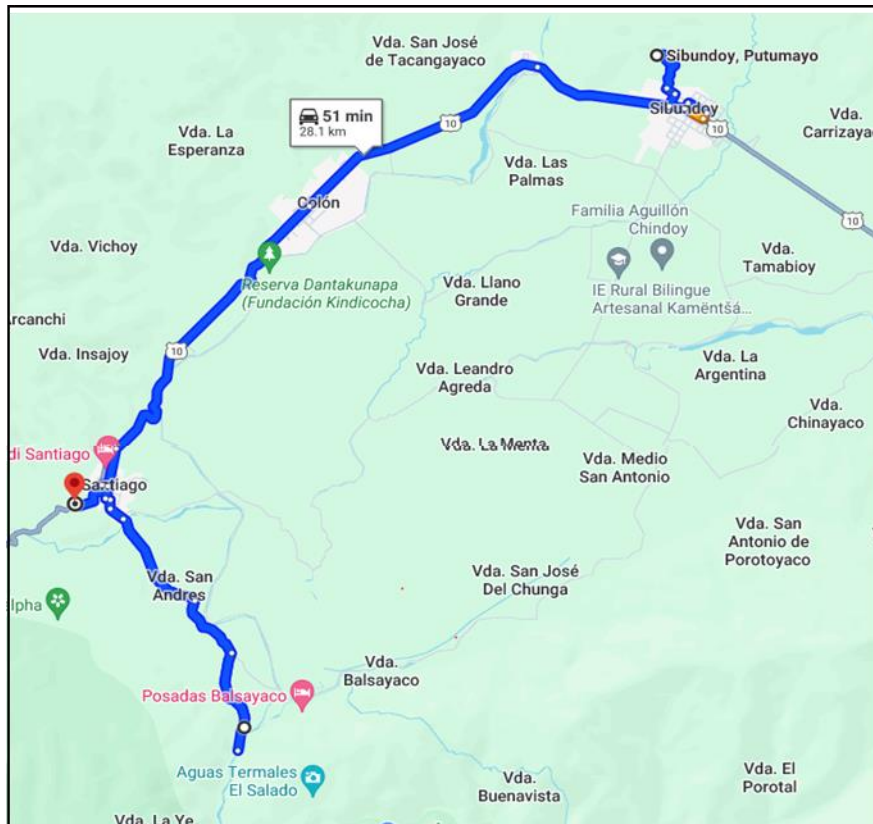
Área geográfica: La ruta cubre una distancia de 28.1 kilómetros, en la cual se abarcan todos los atractivos que los encuestados identificaron.

Periodo de funcionamiento: se propone que el funcionamiento de la ruta se de inicio en meses de temporada alta, teniendo en cuenta los periodos de finalización de la mayoría de instituciones educativas y a medida que vaya tomando reconocimiento pueda ampliarse para ser ofrecida durante todo el año y no solo a nivel locales y nacionales, sino también a turistas internacionales.

Detalles de la ruta: el itinerario, los sitios y actividades que se realizarán en la ruta se detallan: El punto de encuentro será desde dos puntos, saliendo desde la ciudad de Pasto a las 7:00 am, o desde el aeropuerto Villagarzón, Mocoa.

Figura 24

Recorrido de la ruta turística “Paseo ancestral de encuentro espiritual”



Fuente: Google maps, 2024. <https://n9.cl/e17wz1>

2.2.3.2 Itinerario Ruta turística Paseo ancestral de encuentro espiritual

Ruta Pasto – Santiago

- 7:00 am encuentro Plaza de Nariño
- 8:35 am desayuno en el Municipio de Santiago

- 9:05 am avistamiento de aves en la vereda San Andrés
- 12:35 pm almuerzo típico de la región Inga
- 1:45 pm charla y conocimiento de la comunidad
- 2:30 pm llegada a las termas del Salado
- 4:30 pm refrigerio
- 5:50 pm Vuelta al corregimiento San Andrés
- 7:00 pm Cena o preparación para toma de Yagé (opcional)
- 8:00 pm Fogata, cantos, hervido o ceremonia de Yagé con el pueblo Inga
- Hospedaje o descanso
- 8:30 am desayuno en el municipio de Santiago

Ruta Santiago - Colón

- 9:30 am avistamiento de aves y senderismo natural en la reserva Dantakunpa
- 12:00 pm almuerzo típico
- 1:45 pm visita a las termas Ambiaku de Colón
- 4:30 pm refrigerio
- 5:30 visita al mirador San Sebastián
- Cena
- A partir de las 8:30 pm convivencia e integración
- Hospedaje
- 8:00 am desayuno

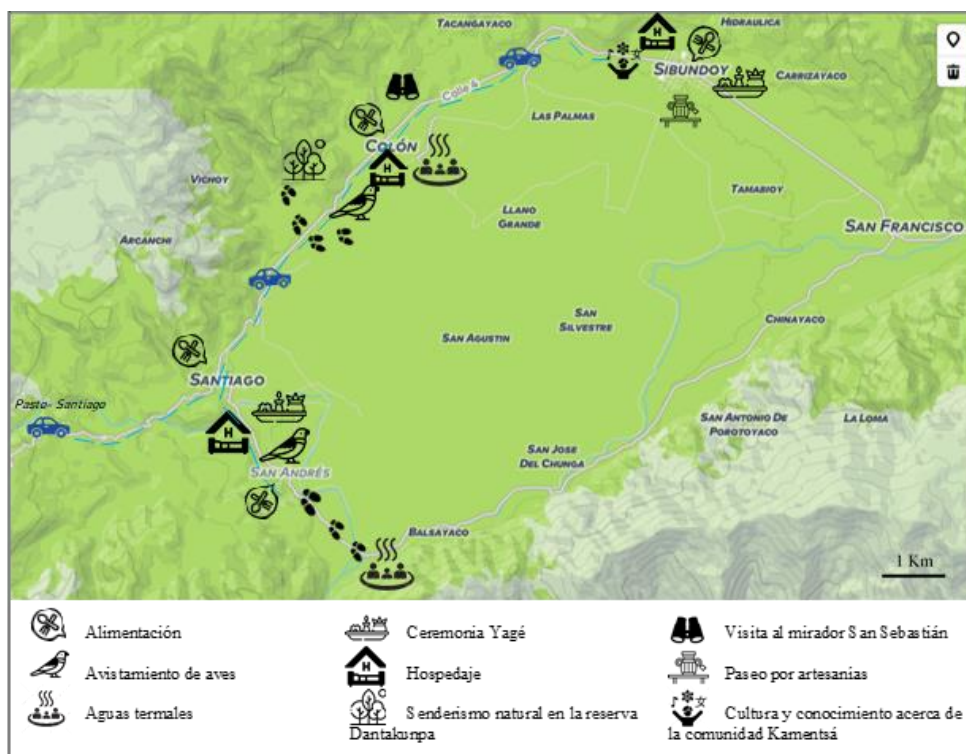
Ruta Colón – Sibundoy - Pasto

- 9:00 am paseo por la Calle 18 para admirar el arte y adquirir artesanías
- 12:30 pm almuerzo
- 2:00 pm visita al parque de la interculturalidad
- 4:35 pm visita a la casa de la Cultura y conocimiento acerca de la comunidad Kamentsa, costumbres y actividades

- 7:00 pm Cena o preparación para toma de Yagé (opcional y solamente para los que no lo hicieron en Santiago con la comunidad Inga)
- Toma de Yagé a cargo de la comunidad Kamentsa en Ayen centro de bienestar
- Hospedaje (puede ser en las posadas turísticas Villa Beatriz o en el hotel la Posada)
- 8:30 am desayuno
- 9:35 am retorno a Pasto (Plaza de Nariño)

Figura 25

Mapa de ruta y actividades “Paseo ancestral de encuentro espiritual”



2.2.3.3 Descripción de los Puntos de interés

Municipio de Santiago: Es parte del Alto Putumayo, ubicado a 55 Km de la ciudad de Pasto a una altitud de 2150 msnm y una temperatura promedio de 16° C, cuenta con un área de 577 km², de los cuales cerca del 31% están constituidos los resguardos indígenas Santiago (Samanoy) y Quinchoa-Pamba de la etnia Inga (Corpoamazonia, 2008).

Aunque el municipio fue descubierto y fundado por Juan de Ampudia y Pedro de Añezco en 1535 bajo el mando de Sebastián de Belalcázar, su historia es más antigua y esta región se formó a través de las migraciones indígenas de los Quechuas del Ecuador, los cuales llegaron por Aponte y por el Cañón del Putumayo, por lo que se siguió conservando un sistema político Gobernador y de Cabildo indígena (Delgado et al., 2009).

La mayor parte de sus habitantes se dedica a actividades agropecuarias, como la agricultura, ganadería, porcicultura, avicultura y piscicultura. Además de la artesanía, medicina ancestral y turismo (Corpoamazonia, 2008).

Este punto es muy destacado, ofrece a los visitantes un espacio geográfico con hermosos paisajes distinguiéndose a nivel nacional como regional. Su diversidad geográfica, marcada por la presencia de varios pisos térmicos, da lugar a una vegetación variada, fauna diversa y topografía única. Además, su abundante riqueza hídrica y la presencia de comunidades humanas tradicionales (Visit Putumayo, 2019).

Corregimiento San Andrés: ubicado a 5.5 km de Santiago, proporciona una región de paisajes naturales, se encuentra el resguardo indígena Inga de San Andrés que han garantizado protección y conservación del medio ambiente, considerándolo un sitio para realizar senderismo y avistamiento de aves, sus habitantes en su gran mayoría pertenecen a la etnia Inga, entre sus actividades principales, se encuentran la agricultura, cuidado y producción de animales para consumo, además de la medicina ancestral y realización y venta de artesanías (Lugo et al., 2010).

Municipio de Colón: ubicado a 68 km desde Mocoa con un área de 73 Km² y una altitud de 2100 msnm y una temperatura promedio de 16°C, fue fundada por el Padre Fidel de Monclar, el municipio se extiende desde las faldas de la Cordillera del Bordoncillo hasta la unión con el río Putumayo, y desde el río San Pedro hasta el origen de la quebrada Tinjoy, Al norte limita con el municipio de Buesaco, al este y sur con Sibundoy y al oeste con el municipio de Santiago (SENA, 2023).

La composición demográfica muestra una diversidad notable en la población, con un 63,5% de mestizos, un 36,1% de indígenas de las etnias Inga y Kementza, y un 0,3% de mulatos y afrodescendientes. Además, se destaca que el 60,8% de los habitantes censados nacieron en el mismo municipio. En cuanto a las acciones humanas más comunes de subsistencia están las actividades agropecuarias, extracción de calizas, minería de aluvión, turismo y artesanías (Corpoamazonia, 2008).

Este interesante municipio ofrece gran potencial turístico ya que posee diversas potencialidades que abren oportunidades para su desarrollo. Entre ellas se destacan su riqueza paisajística, que incluye cordilleras, valles interandinos y páramos, ideales para actividades turísticas. Se destacan lugares como el páramo de la Rejoya, el ecosistema de Runduyaco y las aguas termales cercanas al casco urbano (Termales de Ambiaku). Además, cuenta con una variada fauna, flora y recursos hidrobiológicos, que pueden ser objeto de investigación para impulsar alternativas de desarrollo local y regional. También ofrece espacios naturales para actividades deportivas y turismo de aventura o ecológico. Finalmente, cuenta con buenas conexiones terrestres desde diferentes regiones del país, lo que facilita el acceso y la movilidad (Corpoamazonia, 2008; Lugo et al., 2010).

Municipio de Sibundoy: ubicado a 65 Km desde el municipio de Mocoa a 2150 msnm y a 16°C de temperatura promedio, el territorio de este abarca alrededor de 90 km², distribuidos de manera diversa (SENA, 2023). De estos, aproximadamente 32.5 km² están bajo la jurisdicción del resguardo indígena Sibundoy, habitado por la etnia Inga-Kamentza. Además, unos 63 km² forman parte de la Reserva Forestal Central, establecida mediante la Ley 2ª de 1959. Sus límites geográficos incluyen al municipio de Colón al oeste, y al municipio de San Francisco al norte, este y sur. En el año de 1535 fue descubierto por los capitanes españoles Hernando Cepeda, Juan de Ampudia y Pedro de Añasco (Friede, 2013).

Los límites geográficos de este municipio son definidos por diversas características naturales y municipios vecinos: al norte, se encuentra delimitado por el páramo "Doña Juana" en el departamento de Nariño, específicamente en el municipio de Buesaco; al oeste, el límite lo marca el municipio de Colón, desde el inicio del río San Pedro hasta su confluencia con el río Putumayo; al este, su límite se extiende hasta el municipio de San Francisco, desde el origen del río San

Francisco hasta su unión con el río San Pedro; finalmente, al sur, limita con el municipio de Santiago, en el punto donde todos los ríos del Valle de Sibundoy confluyen en la garganta de Balsayaco (Corpoamazonia, 2008).

Este municipio cuenta con un rico patrimonio botánico de la región reconocido entre los etnobotánicos como una de las áreas más diversas del planeta, esta zona ha sido objeto de estudio desde hace décadas. En 1941, el renombrado botánico Richard Evans Schultes realizó un descubrimiento trascendental al encontrar la mayor concentración de plantas alucinógenas jamás registrada, Schultes documentó más de mil seiscientos árboles alucinógenos, donde los lugareños relatan sus diversos usos en la medicina ancestral. Lo que convierte este destino en una excelente alternativa para todos aquellos que busca experimentar la medicina alternativa y sabiduría ancestral y en si la interacción directa con las comunidades Inga y Kamentsa (Corpoamazonia, 2008).

Transporte y desplazamiento: Para las rutas ida y vuelta de Pasto-Santiago, Santiago-Corregimiento de San Andrés (ida y vuelta), Santiago-Colón y Colón-Sibundoy, se planea realizar el desplazamiento de los turistas, a través de transporte tipo terrestre, se realizarán tours en grupos de 13 personas por lo que se contratara un vehículo tipo van de 15 puestos, este grupo irá acompañado de un guía turístico y un coordinador que gestiones las acciones administrativas.

Para las actividades de senderismo y avistamiento de aves el desplazamiento se realizará caminando, por lo que es muy importante llevar ropa y zapatos cómodos, además de capas impermeables.

La visita a las aguas termales de El Salado y Ambiaku y el mirador de San Sebastián se realizarán hasta cierta parte en vehículo y el resto del recorrido solo se puede realizar caminando por lo que se debe seguir las anteriores recomendaciones.

2.2.3.4 Actividades y experiencias

Desayuno típico en el municipio de Santiago: los visitantes podrán elegir un desayuno convencional a la carta o para resaltar la gastronomía del Valle de Sibundoy se ofrecerá como plato

principal un delicioso envuelto de choclo o yuca acompañados de café, chocolate o te de hierbas aromáticas cosechadas de la chagrita casera. Existe un dato curioso, según el SENA (2023) donde afirma:

El envuelto de choclo se realiza con una mezcla muy líquida de maíz amarillo dulce y el truco para no derramar su contenido al momento de cocinarlo es usar varias hojas de maíz embaladas con destreza y acomodadas a la perfección, truco que las lugareñas conocen a la perfección, esto le da a este manjar una textura suave conservando los aromas y sabores característicos del maíz.
(p.1)

Senderismo natural y avistamiento de aves: Esta zona al estar ubicada en la región amazónica ofrece ecosistemas altamente biodiversos con flora y fauna difícil de observar en otros lugares del mundo, esta actividad es uno de los mayores atractivos de esta ruta por lo que se ofrece dos atractivos: la primera en el corregimiento de San Andrés, el cual es un lugar que está muy bien conservado por el cabildo Inga, y el segundo la reserva Dantakunpa. En estos lugares se dará acceso a binoculares y se facilitará un instructivo de identificación de aves, con apoyo de un guía experimentado se ayudará a reconocer cada ave observada y a realizar en la medida de lo posible un registro fotográfico, también se podrá escuchar cantos y por medio de aplicaciones se podrá identificar el ave. Esta actividad proporcionará un enfoque de turismo natural distinto, dando una experiencia única ya que como se puede observar en la discusión el Valle de Sibundoy tiene aves endémicas que solo pueden ser observadas aquí.

- **Recomendaciones:** llevar zapatos y ropa cómoda, sombrero o bloqueador solar, hidratarse con suficiente agua en el trayecto.
- **Dato curioso:** El departamento del Putumayo ha venido participando activamente del Global Big Day, evento mundial de registro de la diversidad de aves, en el que Colombia ha ocupado el primer lugar consecutivamente por 7 años (Amerisur, 2022).

Disfrutar de los platillos típicos y la gastronomía de las etnias Inga y Kamentza: en cada municipio se podrá disfrutar la exquisita y única gastronomía tradicional que las comunidades indígenas han conservado bajo la tradicional chagrita con el paso de generaciones.

A través de la gastronomía se podrá experimentar sabores únicos ya que estas comunidades se han encargado de proteger y preservar plantas y semillas nativas, salvaguardando no solo su patrimonio gastronómico y cultural si no también la biodiversidad que se ha ido perdiendo con la siembra en masa de semillas introducidas o transgénicas. Además de contar con frutos amazónicos difícilmente frecuentes en otras regiones o países. A continuación, se da una breve descripción de los platos, bebidas y postres más representativos que se podrán tener a disposición.

Iuio Ape: Típico del Valle de Sibundoy es una sopa de maíz, con col, frijol verde, ulluco, cebolla, calabaza y gallina criolla, que se combinan en una exquisita cocción típica de la comunidad indígena Inga (Figura 17 A) (Arroyo, 2018).

Kamcha Ape: Es una sopa de maíz tostado, cuna (tubérculo popular en la amazonia), frijol verde, col y guasimba que se prepara comúnmente para los peones o mujeres en dieta por su gran aporte nutricional y calórico (Figura 17 B) (Arroyo, 2018).

Pataska Mote: Es un plato de maíz pelado, frijoles, olluco, cebolla larga, cilantro, y ají dulce o ácido, tomates, huevos criollos, carne de res, gallina de campo. Este es un plato especial servido en celebraciones importantes de la comunidad principalmente en el municipio de Santiago (Figura 17 C) (Arroyo, 2018).

Bebidas: jugo de cocona esta deliciosa bebida preparada con canela, clavos de olor y azúcar es muy popular en el Valle de Sibundoy y su sabor es parecido al lulo por lo que también se la conoce como lulo amazónico, el jugo de Arazá o guayabo amazónico es una bebida ácida que se sirve fría endulzada con panela o azúcar (SENA, 2023), también se ofrecerá el jugo de carambolo una fruta exótica ácida, pero dulce muy refrescante que puede beberse con o sin endulzante. Por otro lado, también encontramos la aguüita de curuba, el guarapo o chicha que es una bebida de maíz fermentado (Morales, 2013; Narváez, 2022).

Postres y dulces: se podrá degustar deliciosos acompañantes como el postre de Arazá que se elabora con pulpa de esta fruta, además de leche, gelatina sin sabor, leche condensada, crema de leche y azúcar, el bocadillo de plátano maduro es una opción exquisita con textura suave y dulce.

El dulce de camote el cual es una raíz dulce cocinada con panela que puede acompañarse o no con quesillo. Finalmente se podrá degustar un dulce que le hace honor a la creatividad putumayense el arequipe de yuca la cual se cuece lentamente con leche y azúcar hasta obtener una textura cremosa (Cubillos, 2023).

Figura 26

Platos tradicionales del Valle de Sibundoy



Nota: Imagen extraída de la Revista Semana. Fuente: Arroye (2018).

Visita a las Aguas termales el salado: Esta actividad ofrece a los visitantes una aventura natural única, donde podrán experimentar y disfrutar de los paisajes, el desplazamiento como se dijo anteriormente no se puede realizar totalmente en carro, se debe subir caminando hasta el lugar de las aguas termales, por lo que se requiere un considerable esfuerzo físico, que sin duda valdrá la pena ya que durante todo el recorrido se podrá disfrutar de los paisajes, flora y fauna del lugar. (Los visitantes siempre estarán siendo acompañados por un guía de la zona)

- **Recomendaciones:** realizar esta actividad si se cuenta con un buen estado de salud y condición física, usar bloqueador solar, llevar zapatos y ropa de tipo montañismo, mantenerse hidratado durante el trayecto y llevar traje adecuado para el uso del servicio de las aguas termales.
- **Dato curioso:** Las termales del Salado son las aguas a mayor temperatura en el departamento del Putumayo, por lo que las comunidades indígenas le atribuyen propiedades curativas. Sin

embargo, su caudal no es muy alto.

Convivencia y fogata con la comunidad Inga en el corregimiento de San Andrés: Después de la cena, se realizará un recorrido por el camino del jaguar en compañía de los guías indígenas donde explicará el contexto de sus costumbres, importancia y relevancia en la sociedad, las personas que tomarán el ritual de sanación se dirigirán a la maloca del Taita acompañadas por una mamita y guía. El resto del grupo se quedarán en la fogata mientras se comparte una bebida caliente y se contarán historias, mitos y leyendas típicas.

- **Recomendaciones:** Llevar ropa abrigada, no se utiliza teléfono móvil para lograr disfrutar el momento de desconexión.

Ceremonia de sanación ancestral (Toma de Yagé): Las personas que tomarán remedio se dirigirán a la maloca ancestral del pueblo Inga por el camino del jaguar, guiados por una mamá hasta el lugar de la ceremonia donde los esperará un Taita que oficiará la ceremonia, brindará la cantidad adecuada de Ayahusca y brindará acompañamiento durante todo el proceso.

- **Recomendaciones:** Comer la cena ligera ofrecida, llevar ropa cómoda y abrigada, no hacer uso de teléfonos móviles y objetos como cámaras y otros aparatos tecnológicos en la maloca de alojamiento.
- **Dato curioso:** El principal compuesto activo del Yagé es la sustancia química psicodélica DMT (dimetiltriptamina) un potente psicodélico de corta duración que induce un estado transitorio de conciencia modificado, caracterizado por la introspección, visiones y memorias autobiográficas y emocionales (Alcino y Cerquera, 2022).

Hospedaje: en el corregimiento de San Andrés se podrá disfrutar de una experiencia natural de descanso, se dispondrá de malocas indígenas en espacios naturales cerca de ríos y quebradas, durmiendo con sonidos relajantes del agua, anfibios e insectos y despertar con los cantos de las aves, en el municipio de Colon el hospedaje se realizará en el centro turístico Ambiaku, espacio natural que combina la tranquilidad de este ambiente con la comodidad puesto que además de disfrutar de sus termas, también cuenta con sauna, yacusi, piscina de lodo y lugar de masajes.

En el municipio de Sibundoy el hospedaje se podrá realizar en las posadas turísticas Villa Beatriz, un lugar natural donde se podrá realizar también senderismo, disfrutar de los jardines orgánicos donde se podrá conocer acerca de las plantas medicinales y compartir con la comunidad Kamentsa, si se va a realizar la toma de remedio o Yagé, se recomienda el hospedaje en la Casona Mamá Señora, pero si se busca otro tipo de experiencia también se puede reservar el alojamiento en el hotel la Posada ubicado en un lugar más céntrico, te dará la oportunidad de explorar bares y discotecas. En todos estos lugares se tendrá la opción de acomodación sencilla, doble, triple o múltiple.

Senderismo natural en la reserva Dantakunpa (Colón): se podrá visitar la ecoaldea, donde se conocerá el sistema de siembra permacultural de tipo chagrita, visitar el orquidiario, el reservorio de semillas nativas y las costumbres indígenas

- **Recomendaciones:** llevar zapatos y ropa cómoda, sombrero o bloqueador solar, hidratarse durante el trayecto.
- **Dato curioso:** en esta reserva trabajan voluntarios de varios países, además aquí se encuentra una escuela alternativa de los saberes ancestrales

Termales Ambiaku de Colón: esta actividad se realizará en el centro turístico Ambiaku, donde se podrá disfrutar de una piscina natural de agua termal, en la cual se podrá disfrutar de los beneficios que los locales aseguran proveen estas aguas, para vivir una experiencia recreativa y relajante. En este lugar también se ofrece ludoterapia, musicoterapia, masajes, yacusi y sauna.

- **Recomendaciones:** Portar traje de baño incluyendo gorro y apegarse al itinerario para lograr disfrutar de todo el lugar.
- **Dato curioso:** la palabra Ambiaku significa agua medicinal y el centro nació como parte de un proyecto de la administración municipal que busca el desarrollo sostenible y económico de la región (Alcaldía Municipal Colón - Putumayo, 2012).

Paseo de artesanías Sibundoy: a través de este recorrido se da a conocer el legado de los pueblos Kamentsá e Inga mediante la presentación del arte y sus maestros artesanos para los que la artesanía representa una forma de mantener vivas las costumbres de sus antepasados. El recorrido

inicia desde el local Arte Chasoy en que se podrá apreciar mascararas talladas en madera, pasando por el local Benavides Artesano que se especializa en tallar bellas esculturas de madera plasmando animales en su hábitat natural, seguido por el taller Artesanias Juashcon donde se podrán encontrar accesorios como collares, aretes, pulseras y canastos tejidos en junco.

También se visitará el Taller Artesanal Madre Tierra en donde se plasma el arte del Pueblo Indígena Camentsa Biya a través de collares, aretes, pulseras y pecheras; para finalizar el recorrido se visitará el taller Arte Sibundoy- Artesanias Kamentsa donde además de encontrar collares y aretes, se podrá ver cintos, correas, bolsos, billeteras y llaveros.

- **Recomendaciones:** Llevar dinero en efectivo y en pesos colombianos para facilitar la compra de estos productos únicos, así apoyar las comunidades indígenas que se dedican a producir obras de arte de gran calidad.
- **Dato curioso:** existen piezas de arte dedicadas a contar la historia del Yagé como la Máscara visión del Yagé tallada en madera y cubierta con walkas representando la pinta de colores vistos durante el viaje (CENDAR, 2005).

Visita al Parque de la Interculturalidad: En este lugar se podrán apreciar esculturas talladas en madera por artesanos de las etnias Inga y Kamëntza en total son ocho que adornan el parque que es la plaza principal de Sibundoy, las cuales son muy vivaces en colorido y se encuentran resguardadas por techos de paja.

- **Dato curioso:** estas figuras fueron esculpidas en troncos de árboles centenarios que tuvieron que ser talados para evitar que se cayeran y ocasionaran grave daño (Rioselva travel, 2024).

Ceremonia de sanación ancestral (Toma de Yagé) en la casona Mamá señora (Sibundoy): Se realizará una charla alrededor de la tulpa y una terapia de relajación que incluye: limpieza con sahumero, y sonidos suaves del ambiente, el ritual ancestral se realizará en una maloca, bajo la supervisión y cuidado de un Taita experimentado.

- **Recomendaciones:** Comer ligero durante el día, llevar ropa cómoda y abrigada, dejar tu

teléfono móvil y objetos como cámaras y otros aparatos tecnológicos en tu sitio de alojamiento.

Tabla 9

Recursos adicionales para las actividades propuestas

Actividad	Recurso	Fuente
Avistamiento de aves	Aplicación para identificar aves por cantos Merlin Bird ID	Descargar de play store con el siguiente enlace: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.labs.merlinbirdid.app&hl=es_419&gl=US
	Aplicación para identificar aves mediante fotos EBird	Play store: https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.cornell.birds.ebird&hl=es_419&gl=US
	Guía de campo de las Aves de Colombia - McMullan Birding	Se proporcionará en físico para comparar las observaciones
Senderismo	Wikiloc es una aplicación que permite visualizar, crear, almacenar y compartir rutas a pie.	Descargar app: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wikiloc.wikilocandroid&hl=es&gl=US

Contacto y servicio de atención al cliente. Se dispondrán de líneas telefónicas móviles en al menos tres operadores con la mejor cobertura en el departamento del Putumayo, una línea telefónica fija y líneas de atención vía WhatsApp además correo electrónico y redes sociales.

A continuación, se presenta una matriz DOFA que muestra el contexto a través de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para lograr estrategias que permitan la mejora y fortalecimiento de una ruta turística como parte del desarrollo del Valle de Sibundoy

Tabla 10

Matriz DOFA para establecer estrategias

<div style="display: flex; flex-direction: column; justify-content: center; align-items: center;"> <div style="margin-bottom: 20px;">Externas</div> <div>Internas</div> </div>	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • Institutos como el SENA en el departamento permitirá la formación en turismo, idiomas, gastronomía entre otros, y la Institución Etnoeducativa Rural Bilingüe Artesanal Kamëntsa • Clima agradable • Paisajes hermosos 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca motivación de las personas en formarse en estas áreas debido a la baja oferta de empleo • Falta de apoyo económico y presupuesto para inversión en turismo • Altos costos de insumos
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
<ul style="list-style-type: none"> • El SENA ofrece programas de formación en turismo, gastronomía e idiomas. • Comunidad dispuesta a promover una ruta turística en el Valle de Sibundoy • Policía Nacional diseñó un programa de seguridad turística • Personas de la comunidad disponibles como talento humano 	<ul style="list-style-type: none"> • Articular acciones para la integración de las instituciones educativas, policía, ejercito, alcaldías y gobernación para trabajar en la promoción segura del turismo en el Valle de Sibundoy • Formar y capacitar el talento humano del sector turismo en el Valle de Sibundoy • Aprovechar el clima y los paisajes para ofrecer un destino saludable y rajante 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer las capacidades de gestión de los municipios y las Corporaciones de Turismo del Putumayo para presentar la nueva ruta turística
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Vías en mal estado 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigir a las entidades gubernamentales el arreglo de las vías 	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar todos los destinos turísticos del Valle de Sibundoy para conseguir más apoyo del gobierno

nacional y poder
mejorar las
condiciones de esta
actividad

Se lograron determinar seis estrategias que fortalecen y potencializan la viabilidad de la implementación de la nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy, estas estrategias serán ampliadas y discutidas más adelante.

2.3 Discusión

2.3.1 Discusión primer objetivo específico

De acuerdo al primer objetivo, los resultados de la figura 7 concuerdan con los reportados en el Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento del Putumayo (2011-2022), donde se identifica como el departamento y en especial el Valle de Sibundoy junto a los pueblos de las etnias Kamentsá e Inga, son frecuentemente visitados por lugareños y visitantes externos, para acceder a los conocimientos atávicos como ceremonias y medicina ancestral, practicadas por los taitas de estas etnias y otros pueblos asentados en el lugar. Aunque por el momento se reconoce como patrimonio local, está en un proceso de ser designado como patrimonio cultural de la nación (Lugo et al., 2010).

En cuanto al atractivo turístico de medicina ancestral, fue el de mayor popularidad según la figura 7 y la tabla anexa 3, por lo que existe un potencial muy alto ya que las comunidades Inga y Kamentsá poseen practicas propias de estas comunidades, entre las dos suman una población de 47.929 habitantes lo que según reportes de la Organización Zonal Indígena OZIP, equivalente al 30,3% del total de la población indígena del departamento, por lo que se tendría una gran oferta de rituales de medicina tradicional propias de estas comunidades, lo que a su vez fortalecería de manera significativa el turismo de la región y por ende el crecimiento económico de sus habitantes y el departamento (Lugo et al., 2010).

Agregado a esto, se suma la celebración de festivales culturales de tradición indígena, como el Carnaval del Perdón o Bëtsnate, que tiene como finalidad restaurar la armonía en las relaciones

sociales y restablecer el equilibrio perturbado por conflictos. A través de esta celebración, los habitantes buscan fortalecer lazos comunitarios y asegurar la prosperidad colectiva, mediante rituales de compensación y agradecimiento dirigidos a la Madre Tierra por los beneficios recibidos, reconociendo así, la interdependencia entre la comunidad y el entorno natural. Por estos motivos y su gran contribución al turismo, el Ministerio de Cultura ha realizado avances para que este carnaval por su trascendencia en el marco de la reconciliación de los pueblos, sea incluido dentro de la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO (Gómez, 2017; Lugo et al., 2010).

Entre los atractivos turísticos el que mayor frecuencia que identificaron los encuestados, 47 de ellas respondieron que fue la toma de Yagé (figura 8 y Anexo C), lo que concuerda con el Informe final “Diseño Participativo del Producto Turístico con las Comunidades Indígenas Relacionadas con el proyecto Tambo Wasi (Santiago y Valle de Sibundoy – Putumayo) Una experiencia piloto de turismo comunitario y responsable para Colombia” publicado por el Fondo Nacional del Turismo FONTUR en 2012, donde exponen que el Valle de Sibundoy es un destino con amplia oferta y uso de plantas medicinales y mágicas, que lo convierte en un lugar atractivo para los que buscan acercarse al conocimiento ancestral. Esta región al contar con pueblos indígenas asentados y profundo conocimiento que los taitas tienen acerca de las propiedades de las plantas y al estricto cumplimiento de protocolos para su uso y manejo, sin mencionar la vasta experiencia y centenares de años de práctica de estos rituales hacen que esta práctica haya adquirido una reconocible reputación tanto regional como nacional e internacional (López, 2012).

El yagé o Ayahuasca es un ritual de sanación o experiencias espirituales donde se suministra un bebedizo de plantas y sustancias alucinógenas, bajo la supervisión de un Taita, generalmente de las comunidades Inga o Camentsácon, el objetivo de sanar enfermedades físicas y mentales o proporcionar saberes y cosmovisiones. El turismo en torno a este ritual está arraigado a las propiedades atribuidas en cuanto curación, adivinación y aprendizaje, los participantes toman esta experiencia como parte de enriquecimiento espiritual para mejorar uno o varios de estos aspectos, por otra parte, las personas buscan esta experiencia por curiosidad, estudio de la cultura e incluso como acompañantes. Los médicos tradicionales como son conocidos en sus comunidades, están preparados para recibir estos visitantes y brindar la experiencia buscada (Gómez, 2017).

Debido al gran reconocimiento de este atractivo turístico por las personas encuestadas y la experiencia de las comunidades en ofrecerlo, se ve en esta actividad un gran potencial de impulso económico para el departamento que necesita ser direccionado y mejor promocionado y de esta forma dar a conocer otros destino y actividades que el Valle de Sibundoy tiene para ofrecer, ya que como puede verse en la figura 8, los atractivos más identificados después de la toma de Yagé son las Termas Ambiakú de Colon y las Termas El Salado de Santiago.

Las aguas termales El salado, se ubican cerca al río Putumayo en la Vereda Balsayaco al pie del hermoso Cerro Patascoy (01°06.14' N y 76°58.57' E), a una altitud de 2060 msnm, es un ecodestino muy visitado y reconocido tanto por visitantes como por lugareños, que aunque para llegar hasta el lugar el sendero es muy empinado y se requiere cierta destreza y estado físico, es muy visitado en épocas vacacionales (Corpoamazonia, 2021), el 13% de personas encuestadas reconoció este como un sitio importante en el Valle de Sibundoy, según el “Catalogo de Fuentes Termales del Suroccidente Colombiano” en el Departamento de Putumayo de las cuatro fuentes de agua termal que existen en el alto putumayo, El salado es una de las más atractivas ya que cuenta con el agua a mayor temperatura y con un pH de 7.4, aunque este fue uno de los sitios más reconocidos por las personas encuestadas, habría que planear mejor la promoción de este sitio ya que presenta un caudal muy bajo de tan solo 2.11 litros por segundo (Garzón et al., 1997).

Por otro lado las Termas Colón, es un pozo de abundante agua a una temperatura de 47°C, con un pH alcalino (9.5) al cual se le atribuyen propiedades curativas y medicinales, ofrece un entorno de belleza natural excepcional, como destino ecoturístico es muy atractivo ya que alberga flora y fauna de gran diversidad biológica, sumado a esto, presenta un microclima especial que hace de este ambiente un excelente atractivo turístico que proporcione relajación para todo tipo de público, además, se pueden visitar tanto en el día como en la noche (Garzón et al., 1997), en la figura 8 se puede apreciar que el 15% de las personas encuestadas reconocen este lugar, siendo muy popular ya que además del paisaje, las comunidades ofrecen terapias relajantes de choque térmico y lodoterapia a costos demasiado accesibles. Por estos motivos se ve la importancia de reconocer este atractivo en el diseño de una ruta turística en el Valle de Sibundoy, analizando las oportunidades y amenazas para poder potenciar este destino y de esta forma el crecimiento económico de las comunidades residentes.

Aunque el avistamiento de aves como atractivo turístico fue el cuarto atractivo más reconocido por las personas encuestadas con un 12% , lo que hace un atractivo interesante en cuanto al turismo de naturaleza y científico, donde el departamento de Putumayo y en especial el Valle de Sibundoy tienen gran potencial, al resguardar una enorme biodiversidad con 164 especies de aves, de 38 familias y 20 órdenes, entre las que se encuentran halcones, cotorras, cotingas, azulejos, cucaracheros y barretones, aves hermosas que solo pueden verse en esta región, ya que muchas de ellas se encuentra amenazadas como la cotorra montañera (*Hapalopsittaca amazonina*) y la cotinga de páramo (*Doliornis remseni*), las cuales se encuentra en la categoría de vulnerable extinción (Acevedo, 2014), reconocer que existe un público extenso no solo nacional si no internacional que realiza turismo de naturaleza científica, con el objetivo de obtener una fotografía o vista rápida de estas aves, podría hacerle entender a las autoridades y comunidades una nueva forma de promocionar el Valle de Sibundoy y generar mayores oportunidades de empleo, claro que esto implicaría el entrenamiento y el intercambio de conocimiento de la comunidad científica con los expertos lugareños, para poder ofrecer una experiencia más profesional a los turistas que desean estudiar y observar aves endémicas o propias de la región.

Esta actividad debería tener atención extra ya que en el mes de mayo se celebra el Global Big Day (GBD) o Conteo Mundial de Aves, el cual es un evento que promueve la ciencia, reuniendo simultáneamente observadores de aves en todo el mundo, con el objetivo de registrar en un solo día la mayor cantidad de especies de aves posibles para lograr una conciencia ambiental colectiva y mostrar la amenaza que estos seres tienen actualmente; esta actividad liderada por la Universidad de Cornell (EEUU), busca enriquecer la plataforma eBird de acceso libre para el censo mundial, donde Colombia ha ocupado desde el año 2017 el primer lugar en riqueza de especies.

En el departamento del Putumayo, se han venido realizando rutas para participar del censo mundial de aves desde el año 2015, y para el año 2022 se han unido más de 300 participantes que lideraron 67 rutas de avistamiento en varios municipios entre ellos los del Valle de Sibundoy (Amerisur, 2022). Citando lo anteriormente dicho este atractivo se vuelve indispensable en esta o cualquier ruta que se pueda diseñar, por lo que se recomienda prestar atención en fortalecer las actividades de este tipo ,que con cada año gana más popularidad y apoyo por parte de importantes entidades como la gobernación del Putumayo, y empresas como, Geopark, Amerisur, Ecopetrol y

otras 40 más, donde se destacaron más de 138 sitios con potencial de avistamiento y de rutas ecoturísticas ya que se ha logrado reportar más de 482 especies de aves en el departamento en 166 listas del eBird (Amerisur, 2022). Sin embargo, en el Blog de “Mi Putumayo Noticias” se describe la necesidad de seguir promoviendo las rutas y la capacitación de los participantes para lograr el adecuado registro de aves para permanecer en el primer lugar a nivel mundial y así aportar al conocimiento de la diversidad de la avifauna (Fajardo, 2022).

Se observa que la mayor cantidad de personas (37%) visitan los atractivos turísticos al menos una vez al año y cada seis meses con más frecuencia, esto puede deberse a los periodos vacacionales de las instituciones educativas y vacaciones empresariales que permiten días libres anualmente. Por otra parte, las visitas las realizan en mayor proporción en compañía de familiares y amigos y el 18% de las personas consultadas lo hacen con otras compañías, dentro de esto podría abarcar la pareja o en compañía de otros turistas sin relación personal con los encuestados, lo que es muy común en sitios populares altamente visitados.

El 29% de personas encuestadas expresaron que las visitas a los sitios turísticos anteriormente nombrados es uno de los más importantes productos y servicios a la hora de elegir una ruta turística, seguido del consumo y disponibilidad de alimentos y bebidas con un 27%, lo que es lógico ya que la región cuenta con una gastronomía única ya que el departamento del Putumayo es uno de los mejores ejemplos en el país de la conjunción entre la cocina y la cultura indígena de una región.

Entre los productos y servicios de mayor preferencia se destacó con el 23% la compra de las artesanías entre las cuales en el Valle de Sibundoy se destacan el tallado en madera, elaboración de instrumento musicales, elaboración de textiles, cestería y tejidos, para el año 2009 Corpoamazonia en convenio con Artesanías de Colombia en el año crearon el Centro de Desarrollo Artesanal Putumayo – CDA, las comunidades tratan de plasmar en el arte sus símbolos tradicionales y míticos, que están ligados a su identidad indígena que puede expresar, la sabiduría, rasgos espirituales, intelectuales, materiales, animales y plantas típicas de su región.

Entre los accesorios y prendas más populares se tiene la Botoniaska o Chumbe un cinturón que se usa de protección en el vientre de las mujeres símbolo de vida, pues ahí comienzo esta, el Llaughtu

de chumbes o Corona de chumbes es un objeto artesanal con significado espiritual es usado en el carnaval del perdón (CENDAR, 2012).

Este atractivo turístico tiene un gran potencial para ser incluido dentro de cualquier ruta ya que en todo el departamento se han registrado más de 429 maestros, siendo el municipio de Sibundoy el que posee mayor cantidad de artesanos con 111 del total (Lugo et al., 2010), siendo esta un actividad económica importante, la mayor parte de ellos se dedican al tejido en lana y chaquiras o mostacilla (CENDAR, 2012), creando famosos accesorios como manillas, bolsos, ruanas, aretes, sayos, hermosas gargantillas que han llegado hasta escenarios mundiales y grandes pasarelas, lo que significa mucho ya que esta actividad ha sido el principal sostenimiento de jóvenes universitarios que han logrado cubrir sus gastos de estudios, siendo la mayoría jóvenes mujeres y madres (igindoy, 2007). Porque la ruta propuesta vendría muy bien para apoyar a esta población y resaltar esta actividad dentro de la región.

Se pudo observar que los rangos propuestos en la encuesta lograron porcentajes muy parecidos, lo que puede explicarse en que atractivos como la toma de Yagé es un ritual que exige una preparación y un descanso por lo que es muy lógico que se marquen opciones de permanencia de más de 8 horas, lo que aplica también para las posadas donde las personas esperan pasar la noche o incluso varios días, los rangos de 2 a 4 horas y de 4 a 6 horas podrían ser para actividades como la visita de artesanías y el descanso en las aguas termales respectivamente, o incluso para el avistamiento de aves.

En cuanto a la percepción que tienen las personas de la seguridad en el Valle de Sibundoy, se la mayoría de personas encuestadas piensan que no se presenta o existe poca seguridad, lo que concuerda con las debilidades expuestas en el “Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Putumayo 2011-2022” donde expresan grave preocupación ante la situación de seguridad y orden público lo que no sólo dificulta el desarrollo del turismo sino que afecta la percepción que se tiene en el extranjero de la región y del país, donde citan la encuesta que realizó el OTF a promotores y agencias de viaje en el exterior y el 70% de los encuestados expresaron inseguridad de visitar Colombia, lo que puede llegar a ser altamente desfavorable si las autoridades no ponen más atención a mejorar la seguridad y promoción de los sitios como atractivos seguros.

Con ayuda de las preguntas 10 y 11 de la encuesta planteada (Anexo A) se puede inferir que se presenta buena acogida de una nueva ruta ya que casi todas ellas están dispuestas a impulsar y apoyar el turismo en el Valle de Sibundoy y solo el 2% y 5% respondieron negativamente, el cual es un porcentaje muy bajo. Debido a la gran positividad del público encuestado se ve una gran oportunidad para proponer esta nueva ruta y que sea parte de la promoción del turismo del departamento, ruta que combina muchas actividades y atractivos que la hacen variada y para todo tipo de público, las rutas actuales se enfocan solo a la sanación espiritual o toma de Yagé, otras solo a visitar las termas, otras más específicas para realizar avistamiento de aves, pero en la que se propone actualmente quiere combinar todas estas actividades y dar un panorama más completo del territorio, que además de exponer los sitios y actividades mencionadas, también permita el acercamiento a las comunidades Inga y Kamentsá a través de su gastronomía, artesanías y principales costumbres. Esto nos lleva a que por estas mismas razones los encuestados al contestar la pregunta 12 en su gran mayoría piensen que es muy importante (48%) e importante (24%) establecer una ruta turística que integre adecuadamente los atractivos del Valle de Sibundoy y los servicios turísticos de calidad que se ofertan que impulsara el turismo y por ende el desarrollo económico de los municipios implicados.

Lo que concuerda con lo dicho por Orgaz y Moral (2016), quienes relacionan el potencial turístico y los servicios como interdependientes ya que un destino turístico necesita servicios de calidad para satisfacer las expectativas y necesidades de los turistas, mientras que los servicios turísticos dependen del potencial del destino para atraer visitantes y generar demanda. Una adecuada planificación y gestión de los servicios turísticos puede contribuir significativamente al desarrollo y éxito de un propuesta o ruta turística.

En cuanto a la demanda de turismo la mayoría de los atractivos pueden ser recurrentemente visitados tanto por locales como por turistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, aquellos como el paseo por artesanías y las posadas Bella Beatriz y el hotel la Posada no son destinos tan atractivos para locales ya que o trabajan ahí o pasan con frecuencia por esos lugares, las posadas y hoteles se utilizan en menor medida por los locales, puesto que tienen su domicilio permanente en esta región.

2.3.1.1 Discusión del análisis de las 5 fuerzas de Porter para identificar el contexto de

los recursos y potencialidades turísticas del Valle de Sibundoy. Primera fuerza, el poder de los clientes: este es uno de los sectores concluyentes para determinar el contexto y éxito de cualquier producto o servicio turístico ya que una nueva ruta no será atractiva cuando el producto tenga varios o muchos sustitutos, no sea original o no esté suficientemente diferenciada, igualmente si es mayor el costo que el beneficio (Ricci, 2016). Por lo que en orden de importancia se le dio una calificación de 4 ya que entre los factores que determinan mayor o menor demanda turística, encontramos en primer lugar el económico, que depende en gran medida del poder adquisitivo de los turistas y los precios de rutas turísticas que ofrezcan productos y servicios similares (Rodríguez, 2013).

Otro factor es la percepción que las personas tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos ya que como se puede observar en la figura 8 las personas consideran que el principal atractivo turístico es la toma de Yagé seguido de la visita a las termas de Ambiaku, el Salado y el avistamiento de aves, los dos primeros son de especial interés ya que la cantidad de personas que los visitan han venido incrementando (Benavides et al., 2008). Otro factor es la percepción de seguridad de los potenciales clientes un verdadero factor problema que se debe trabajar ya que la gran mayoría de personas encuestadas dijeron que hay poca o ninguna seguridad.

El ítem del crecimiento del turismo Nacional tuvo una clasificación de 3 al igual que el crecimiento del turismo internacional ya que es muy importante tener en cuenta los meses de mayor y menor concurrencia turística en Colombia que generalmente son de diciembre a marzo y de julio y agosto (Adventure Colombia, 2014), durante estos meses hay vacaciones escolares y a final de año las visitas internacionales se incrementan.

Segunda amenaza, poder de negociación de los clientes o turistas: con base a su número, tienen mayor influencia los turistas nacionales, ya que son los más numerosos y menos los internacionales puesto que en relación a los anteriores son un poco más escasos, aunque con base en el Plan Desarrollo Turístico Putumayo, el número de visitantes extranjeros ha ido incrementando y se espera siga incrementando a medida de que se realice una mejor promoción y se incremente la buena imagen del país internacionalmente (Lugo et al., 2010).

Una de las desventajas podría llegar a ser la cantidad de rutas turísticas del Valle de Sibundoy sustitutas en el mercado, ya que actualmente existen muchas rutas que ofrecen si bien los atractivos por separado o paquetes, algunas de estas empresas son: Turismo Maso, Putumayo Travel – Colombia, Ecoturismo Putumayo, Kundurimarka, Rioselva Travel, Aventure Colombia, entre muchas otras, aunque la ruta diseñada en el presente estudio es más completa e incluye los destinos de mayor interés, no existen un estudio como punto de comparación.

El poder de negociación de los proveedores se considera moderado, ya que, si bien el componente salarial es significativo, la gran cantidad de proveedores en un mercado que representa la cantidad de rutas disponibles para los destinos turísticos presentados en el presente trabajo limita su capacidad de negociación individual. Esto se debe que en el vale de Sibundoy existen muchos proovedores de alimentación, alojamiento, medicina ancestral, artesanías, y turismo natural como senderismo y avistamiento de aves. Por lo que se le dio esos niveles de importancia y relevancia.

Tercera fuerza, amenazas de los productos sustitutos: esta amenaza está fundamentada en que la creación y el lanzamiento de productos turísticos innovadores es una práctica continua, conforme la gestión turística se vuelve más profesionalizada en los diferentes destinos turísticos y sus diversos atractivos. Por ejemplo en el departamento de Putumayo existe una demanda bastante nutrida de ofertas turísticas fuera de las ofrecidas dentro de la misma zona geográfica como se pudo observar en el análisis de la segunda fuerza de Porter, por ejemplo, en el departamento también se encuentran destinos muy atractivos como la posada turística Dantayaco, El Centro de Estudio Amazónicos (CEA), el Parque Temático Suruma, las Cavernas de Licamancha, el Cañón del Mandiyaco, el Mariposario Paway, la Serranía de los Churumbelos, el Ojo de Dios, el Fin del Mundo, Dantayaco, el Hornoyaco y Canalendres (Meneses y Rueda, 2018). A menudo las agencias de viajes y turismo promueven y diseñan constantemente nuevas rutas y planes turísticos, por lo que proporcionar una experiencia única con precios competitivos es absolutamente necesario.

En cuanto a los niveles de rentabilidad se anticipa que, en el mediano y largo plazo, los nuevos atractivos turísticos serán significativos en términos de rentabilidad, siempre y cuando constituyan ventajas competitivas difíciles de imitar por otros destinos. Sin embargo, en el corto plazo, no se esperan resultados extraordinarios debido a la necesidad de invertir en promoción y publicidad

(Ricci, 2016). Esto es necesario para establecer en la mente del turista la importancia de visitar los atractivos turísticos de una nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy.

Lo que nos lleva a la siguiente variable que es la incorporación de un valor añadido que apacigüe la gran oferta turística del Departamento (Alonso, 2022), se requiere por ende proponer una ruta mixta que incorpore elementos tanto del etnoturismo, ecoturismo, turismo de compras y turismo gastronómico.

Cuarta fuerza, amenaza de los nuevos competidores: la posibilidad de la entrada de nuevos competidores en el mercado turístico plantea una amenaza significativa. El aumento en la demanda de ofertas turísticas y las oportunidades de crecimiento que esta actividad ofrece han impulsado la creación de muchas agencias que promocionan los distintos atractivos (Ricci, 2016).

Las entradas de barrera se refieren a inversiones de dinero bastante elevadas para invertir en infraestructura, alojamiento, publicidad y capacitación especializada del talento humano y de aquí según el monto se deriva la intensidad, en este sentido el Valle de Sibundoy tiene una gran ventaja y es que el personal que se piensa incluir ya tiene el conocimiento y la experiencia en la como guías turísticos, en gastronomía local y medicina ancestral; así que no será necesario la capacitación y entrenamiento. Al igual que la infraestructura ya que se utilizará lugares bien establecidos y organizados. Sin embargo, se le dio una clasificación media ya que la publicidad si es un factor necesario que permita además de dar a conocer la ruta turística mejoren la imagen no solamente regional, sino que también nacional e internacionalmente, proceso que en si es de alto costo.

La rentabilidad se define como la capacidad de una empresa para generar beneficios en comparación con sus recursos y activos, lo que refleja su eficacia en el uso del capital para generar valor económico. En general la rentabilidad del turismo se considera fluctuante ya que tiene bajas y altas, esto muy arraigado a periodos vacacionales y cantidad de ofertas, lo que hace que se deban crear precios competitivos por lo general bajarlos demasiado lo que hace que la rentabilidad decaiga por competir, perjudicando al mercado en general (Buffett, 2013).

En cuanto al crecimiento de la demanda insatisfecha no existen estudios de satisfacción que se hayan realizado al finalizar la estancia turística en el Valle de Sibundoy u otra región del departamento del Putumayo.

Quinta fuerza, rivalidad entre competidores: la competencia entre las empresas ya establecidas en el sector turístico del Valle de Sibundoy puede representar un desafío significativo para cualquier actor del mercado. Ya que como se pudo observar existen varias agencias que ofrecen rutas turísticas que cubre algunos o la mayoría de atractivos y actividades planteadas en el presente estudio, pero en un entorno donde los competidores son altamente activos, cuentan con una sólida reputación y son numerosos, existe un mayor riesgo de guerra de precios que podría amenazar la viabilidad del negocio. Además, es probable que se produzcan campañas publicitarias fuertes y atractivas, promociones intensas y la introducción de nuevos atractivos turísticos. Para contrarrestar esto es importante hacer una buena inversión en publicidad y divulgación más atractiva buscando elementos nuevos que estas empresas aún no hayan incorporado.

Por lo que muchas empresas ya se encuentran firmemente consolidadas tienen facilidad para bajar el precio, realizar con facilidad cambios de estrategias, acciones competitivas agresivas y ejerciendo presión así en propuestas nuevas. Por lo que, para contrarrestar esta situación, el diseño de la nueva ruta turística puede enfocarse en diferenciarse de la competencia establecida mediante la innovación en los servicios propuestos, la creación de propuestas de valor únicas y la focalización en nichos de mercado específicos. Además, podrían desarrollar alianzas estratégicas con proveedores, mejorar la calidad de sus servicios, brindar una experiencia al cliente excepcional y realizar una campaña publicitaria inteligente para destacar sus ventajas competitivas (Leal & Quero, 2011). Por lo que en el presente trabajo se propone incluir los platos tradicionales como un plus único dentro de todas las propuestas, además se propone involucrar a las dos principales comunidades indígenas en el Valle de Sibundoy la comunidad Inga y Kamentsa.

2.3.2 Discusión de los resultados del segundo objetivo específico

Se organizan los atractivos en orden de visita saliendo desde la ciudad de Pasto. Sin embargo, puede realizarse al revés si se comienza la ruta desde el aeropuerto Villa Garzón en el municipio

de Mocoa. Se especifican las ubicaciones geográficas exactas para darle precisión a la ruta. Desde pasto se planea un encuentro a las 7:00 am en la plaza de Nariño ya que es uno de los sitios más reconocidos de la ciudad, por tanto, para turistas fuera de Pasto será más fácil reconocer y llegar, se planea el transporte terrestre dependiendo del número de personas para ser trasladadas ya sea en bus, Aerovan, o camionetas, el primer destino es el municipio de Santiago donde se realizará el desayuno y posterior traslado hacia la vereda San Andrés para realizar el avistamiento de aves.

2.3.2.1 Discusión de la cadena de valor de la nueva ruta turística en el Valle de Sibundoy

Planificación: existen tres aspectos básicos para la planificación de un destino turísticos, como son la gestión del territorio, la planificación de los recursos humanos y, finalmente, la normativa legal (Molina, 2011) como puede verse en la tabla7, En cuanto al primer ítem no se explota como tal los recursos naturales del territorio ya que toda la infraestructura se encuentra lista para usarse y muchas de las actividades involucran naturaleza con poca intervención de los turistas, la mayoría del personal responsable serna personas de la comunidad ya sean de las comunidades Inga y Kamentsa o personas con la experiencia o la formación requerida, dispuestas a trabajar.

Organización producto destino: se define como el conjunto de productos y servicios, disponibles en una localización determinada, capaces de atraer visitantes desde cualquier lugar de origen y que ofrecen una experiencia integral a los turistas (Alonso, 2022), en la tabla de potencialidades se puede observar muy bien los productos y servicios ofrecidos por destino, demostrando una vez mas la integralidad de la ruta, pues trata de cubrir toda la experiencia del Valle de Sibundoy, esto como agregado y diferencial a rutas que puedan llegar a ser similares.

Comunicación: Dar a conocer la nueva ruta turística, para crear preferencias frente a otros competidores contribuyendo a ayudar a comprender al turista mejor lo que se le ofrece (Pulido & López, 2016), para ellos es necesario realizar una campaña publicitaria bastante fuerte que destaque de todas las demás ofertas y así llamar la atención tanto de locales como extranjeros.

Distribución comercialización: consiste en conectar la oferta con la demanda, los intermediarios turísticos incluyen a todas las empresas que intervienen, por tanto es importante hacer convenios con la mayor cantidad de entidades e instituciones que sea posible para tener una mayor alcance y mejores beneficios (Cardona y Jaraba, 2016).

Transporte (acceso, llegada al destino): ligado al medio de transporte pues turismo implica desplazamiento del turista fuera de su residencia habitual, el transporte ya sea aeronáutico, naval, automotor etc, involucra la participación de actores con vinculaciones más o menos evidentes entre sí para garantizar movilidad con eficacia. En esta ruta se propone el tipo de transporte automotor y caminando.

Consumo: relación entre precio calidad, no siempre el turista elige lo más barato si no lo de mejor calidad en relación al precio. Por lo tanto, si un destino no quiere competir con la continua baja de precios lo que además devalúa el destino la opción debe ser regenerar la oferta y reposicionar el destino, generando valor para otro tipo de turistas que reconozcan lo que implica la sostenibilidad y lo que esta aporta a su propia experiencia y a las mejoras de las condiciones del destino (Pulido y López, 2016).

Posconsumo: debe contemplarse como una actuación estratégica dentro del marketing de los atractivos turísticos, el comportamiento posconsumo del turista se deriva de las experiencias obtenidas por los propios turistas en los propios destinos turísticos contratados (Meneses & Rueda, 2018). Debido a esto las experiencias que se brinden tienen que estar cuidadosamente bien planeadas, para que así el cliente satisfecho, realice una buena reseña, recomiende la ruta o la repita en su próximo viaje.

2.3.2.2 Discusión estrategia océano azul. Se pudo observar la curva de valor realizada para comparar las rutas propuestas por tres agencias, Civitatis, Cielo y tierra y Rioselva Travel contrastada con la ruta que se propone en el presente trabajo, se consultó las páginas de cada una para comparar, servicios, precios, duración, trayectos, etc. Esta curva nos muestra donde está el mercado libre sin competencia y cuáles son los principales aspectos que determinan la viabilidad comercial de las ideas de océano azul.

Foco de atención: dentro de este apartado tenemos aspectos como la publicidad, esto es de real importancia ya que a pesar de que las tres agencias manejan páginas en redes sociales, ejemplo Civitatis cuenta con 608,000 seguidores en Instagram. 144.000 seguidores en Facebook y 289.000 seguidores en TikTok, sus seguidores representan un número bastante importante, esta agencia no se enfoca únicamente en turismo por el departamento del Putumayo, sino que ofrece muchísimos destinos en todo el mundo y al visitar sus redes sociales no se encuentra publicidad relativa al Valle de Sibundoy.

Cielo y Tierra cuentan con 2694 seguidores en Instagram y 4400 en Facebook, no tienen cuenta ni en X ni tampoco en TikTok, en sus redes también se ofrecen más destinos especialmente del departamento de Nariño, pero se logra ver muy poco del Putumayo y en especial del Valle de Sibundoy, la agencia que más hincapié y promoción de varios destinos turísticos del Putumayo es Rioselva Travel quienes tienen 2312 seguidores en Instagram, 638 en Facebook, 436 en TikTok y aunque tienen cuenta en X no es activa ni cuenta con seguidores.

Como puede verse las tres agencias tienen falta de promoción de los atractivos del Valle de Sibundoy o no cubren todas las redes sociales, lo que es una gran oportunidad para empezar abarcar todo el público posible, haciendo una buena campaña de marketing digital que cubran estas cuatro redes y otras como youtube y treads. Como esta variable está siendo descuidada por las demás agencias se debe focalizar los esfuerzos en atraer este tipo de público que ha pasado desapercibido.

Las variables de divergencia fueron principalmente los servicios ofrecidos, la gastronomía tradicional y el personal especializado, ya que Civitatis y Cielo y Tierra ofrecen únicamente dos o tres servicios de lo que esta nueva ruta ofrece, por lo que su puntaje no fue alto en este concepto, Rioselva sí ofrece más variedad de atractivos turísticos que las otras dos pero no los mismos atractivos que se ofrecen en el presente diseño de la ruta, en cuanto al factor gastronómico ninguna de las tres hace énfasis como parte principal de sus rutas este parámetro, lo que es un punto fuerte de interés que aporta una experiencia única a las personas que buscan sabores distintos y así abarcar ese tipo de clientela será un gran aporte a el crecimiento de la economía en el Valle de Sibundoy (Cielo y Tierra, 2024; Civitatis, 2024; Rioselva travel, 2024).

En ninguna de las tres ofertas se expresa la importancia o el acompañamiento de personal idóneo ya sea por conocimiento del territorio, estudios en turismo o el manejo de idiomas, por lo que aprovechar este factor de divergencia para atraer no solo a turistas, si no la participación local de las comunidades hará que la economía se eleve y estos atractivos poco promocionados se empiecen a dar a conocer. Esa divergencia es lo que hace que la nueva propuesta se destaque y se diferencie la curva de valor proporcionándole singularidad a la misma (Doménech, 2021).

2.3.3 Discusión de los resultados tercer objetivo específico

Se propuso la ruta turística titulada “Paseo ancestral de encuentro espiritual” ya que como se explicó abarca varios atractivos y actividades que permiten adentrarse a las costumbres y tradiciones de las culturas indígenas presentes en el valle de Sibundoy y aporta un panorama integral del contexto indígena en la región, combinado a gastronomía, naturaleza, animales, artesanías, música, ceremonias y medicina ancestral. Todas las actividades se detallan en el itinerario y las ubicaciones exactas de algunos de los lugares.

Avistamiento de aves: como se ha citado anteriormente el Valle de Sibundoy cuenta con una amplia diversidad de aves y existen rutas que realizan este recorrido , por ejemplo la organización Quinti realiza ecoturismo y aviturismo en varios puntos del departamento del Putumayo como en Puerto Asís, Mocoa, el Trampolín, El Fin del Mundo y Sibundoy (Ecoturismo Putumayo, 2024), en cada lugar se pueden avistar diferentes especies de aves y una excelente estrategia sería asociarse de organizaciones con experiencia en la actividad, y así evitarse el exhaustivo entrenamiento que esto implica en tiempo y dinero .

Figura 27

Pájaro mosquero (Mionectes oleagineus) ave popular en el Valle de Sibundoy



Fuente: Ecoturismo Putumayo, 2024.

Después del almuerzo se realizará la visita hasta las termales del Salado, como el camino requiere esfuerzo físico un poco más exigente, solo las personas en buen estado físico podrán llegar hasta el lugar, donde muchas veces la comunidad inga prepara limpiezas espirituales (No necesariamente toma de remedio), como se dijo antes el caudal es bajo así que se realizara inmersión de grupos muy pequeños (Rioselva travel, 2024). Estas aguas al ser neutras y tener una buena temperatura se le atribuye poderes curativos y se puede aplicar terapias de relajación y musicoterapia.

Figura 28

Aguas termales El Salado Santiago



Fuente: Wikiloc, 2024

Del próximo destino que fue destacado en las encuestas y en el orden de la ruta, están las termales del centro turístico Ambiaku en Colon, donde la temperatura del agua es perfecta (45°C), y su alcalinidad le atribuyen propiedades medicinales. Además, están rodeadas de un paisaje natural hermoso con flora y fauna propia del lugar, brindan un ambiente relajante que le permite a la comunidad ofrecer, además, terapias de relajación como ludoterapia, aromaterapia, meditación y choque térmico.

Figura 29

Centro turístico Ambiaku – Colon



Figura 30

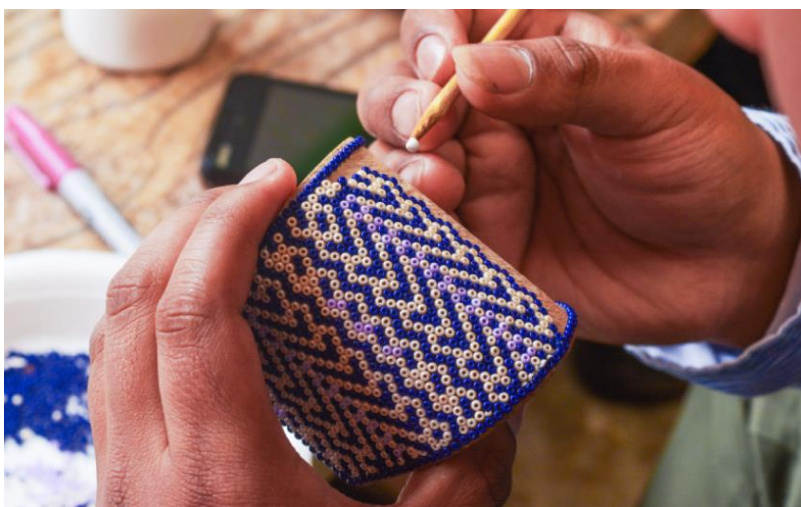
Mirador San Sebastián – Colón



El siguiente destino es la visita a artesanías en Sibundoy, se realiza en varios locales de la calle 18 y en el parque de la interculturalidad. Sin embargo, uno de los más populares es el taller Arte Sibundoy- Artesanias Kamentsa y muchos de los diseñadores y maestros artesanos como la diseñadora Paola Margarita Chindoy, la comunidad se preocupa mucho para que esta tradición no se pierda, por eso existe la Comunidad Educativa de la Institución Etnoeducativa Rural Bilingüe Artesanal Kamëntsa, donde los estudiantes de décimo y once grado, ponen en práctica los conocimientos en artesanías y lengua materna tradicional con los niños de las escuelas rurales. Esta iniciativa se llevó la Medalla al Fomento Artesanal (SIART, 2012). Es una gran fortaleza ya que se tiene la seguridad de que esta tradición continuara, generando a este atractivo un valor agregado.

Figura 31

Artesanias Kamentsá



Fuente: Artesanías de Colombia, 2024.

Parque interculturalidad, es un espacio de encuentro para personas de diversas procedencias, se destaca por sus ocho esculturas talladas en madera por artesanos de las etnias inga y Kamentsa, convirtiéndose así en el centro de la plaza principal de Sibundoy. Además, es importante resaltar que este lugar ha sido escenario de una variedad de eventos culturales a lo largo del tiempo, resaltan la relevancia cultural y social del lugar al ser utilizado para eventos comunitarios y exposición de arte y otras obras tanto musicales, como gastronómicas y educativas. Se consideró que es un

atractivo interesante para ser incluido en la ruta, ya que además de ofrecer varias actividades expone la cultura indígena y proporciona una belleza paisajística urbana tradicional.

Figura 32

Parque interculturalidad – Sibundoy



Fuente: Plataforma para la integración turística de Colombia, 2024.

La Toma de Yagé, puede hacerse tanto con las comunidades Inga y Kamtsa del Valle del Sibundoy, es una experiencia de viaje medicinal sagrada, también llamado ayahuasca, es una mezcla de varias plantas incluida el Caapi, la mezcla es propia del lugar de la toma y ha sido transmitida por generaciones, la mezcla depende también de la intensidad de la toma o lo que se quiera sanar, existen cerca de 28 variedades de aditivos, una de las yerbas más importantes es la chacruna (*Psychotria viridis*), que contiene DMT o N,N-dimetiltriptamina sustancia visionaria propiamente dicha. Como se citó anteriormente, esta ceremonia es de gran relevancia y fama, no solo regional o nacionalmente (Piedrahíta, 2015), sino que también internacionalmente, donde cientos de turistas extranjeros llegan al departamento en busca de esta experiencia.

Figura 33

Preparación para la ceremonia toma de Yagé



Fuente: Colombia oculta, 2024.

2.3.4 Discusión de la matriz DOFA

Con base en la matriz DOFA (Tabla 10), presentada en el análisis de tercer objetivo se logró identificar seis estrategias para lograr que la ruta turística en el Valle de Sibundoy sea eficiente y fortalezca el crecimiento económico.

Estrategia 1: Articular acciones para la integración de las instituciones educativas, policía, ejército, alcaldías y gobernación para trabajar en la promoción segura del turismo en el Valle de Sibundoy, esta estrategia se logró obtener con fin de minimizar las debilidades por medio de las oportunidades, para lo cual es necesario cumplir las siguientes actividades:

- Presentar la inconformidad en las juntas de acción comunal.
- Exigir la presencia de las fuerzas militares en sitios donde se ha reconocido mayor auge de la violencia e inseguridad.

Estrategia 2: Formar y capacitar el talento humano del sector turismo en el Valle de Sibundoy,

para ampliar las ofertas turísticas contando con profesionales altamente capacitados, que puedan aspirar a empleos estables, por lo que es necesario:

- Establecer convenios con el SENA y la Institución Etnoeducativa Rural Bilingüe Artesanal Kamëntsá
- Vincular los jóvenes con contratos de aprendizaje, para brindar más estabilidad laboral

Estrategia 3: Aprovechar el clima y los paisajes para ofrecer un destino saludable y relajante, logrando mayor difusión por lo que algunas alternativas serían:

- Utilizar las redes sociales para subir contenido como videos, reels, fotos, infografías e historias cortas de promoción.
- Utilizar otro tipo de medios de comunicación masivos como la radio y la televisión para abarcar todo tipo de público, explicando y lanzando los productos turísticos ofrecidos.

Estrategia 4: Fortalecer las capacidades de gestión de los Municipios, para obtener mayor cantidad de recursos, se plantea lo siguiente:

- Buscar alianzas estratégicas entre las asociaciones indígenas, instituciones educativas e instituciones gubernamentales.
- Presentar diversas propuestas y proyectos usando como referencia las actividades anteriormente mencionadas para lograr financiamiento con recursos públicos.
- Presentar los proyectos ante el ministerio de industria, comercio y turismo.

Estrategia 5: Exigir a las entidades gubernamentales el arreglo de las vías, buscando un mejor acceso a las regiones, sobre todo si se llega por la vía de Mocoa, se necesita urgentemente:

- Exigir el arreglo vial al gobierno nacional, la alcaldía y gobernación como parte de su plan de gobierno

Estrategia 6: promocionado los destinos turísticos del municipio para conseguir más apoyo del gobierno nacional y poder mejorar las condiciones de este, generando mayores oportunidades y evitando la pérdida de identidad de los pueblos indígenas residentes. Finalmente, para lograr llevar a cabo esta estrategia es necesario implementar algunas actividades como publicitar en vallas, redes sociales, televisión y radio, pero con los diferentes atractivos turísticos como ya se nombraron.

3 Conclusiones

Una vez hecho el diagnóstico dentro del contexto de los atractivos turísticos del valle de Sibundoy se concluye que estos tienen gran potencial, especialmente en términos de naturaleza y cultura. Sin embargo, se observa que algunos de ellos como el mirador de San Sebastián y el parque de la interculturalidad necesitan mejoras en cuanto a infraestructura orden y aseo para alcanzar su máximo potencial. Es importante destacar que la prestación de servicios, incluyendo guía, gastronomía y alojamiento, es fundamental para la experiencia turística y parece estar bien establecida gracias a la participación de locales y comunidades indígenas. Por lo tanto, se puede decir que la ruta turística propuesta tiene gran potencial para ayudar a maximizar el impacto y la atracción de estos atractivos turísticos y de este modo el crecimiento económico del Valle de Sibundoy.

Con el análisis de la cadena de valor se logró determinar que los atractivos turísticos alcanzaban su valor en las etapas de accesibilidad, consumo y posconsumo, por lo que fue importante plantear un incentivo a los turistas al finalizar su experiencia (posconsumo) para enriquecer las redes y páginas con reseñas y recomendaciones.

Por medio de la estrategia del océano azul se logró determinar que los factores de diversificación para lograr un mercado sin competencia según la curva de valor obtenida son, el número de servicios prestados, la gastronomía tradicional y el personal bien capacitado.

Al diseñar una nueva ruta titulada “Paseo ancestral de encuentro espiritual” que combina la mayor parte de los atractivos turísticos y actividades típicas para crear una experiencia integral, donde las comunidades Inga y Kamëntsa son las principales protagonistas, integrando el arte, la gastronomía, la medicina ancestral y el turismo natural que al presentarse por medio de una buena campaña publicitaria se logrará un crecimiento económico significativo.

Por medio de la matriz DOFA se logró plantear seis estrategias encaminadas a mejorar y promover el turismo en el Valle de Sibundoy, la cultura, gastronomía, medicina ancestral, los

atractivos turísticos, los paisajes y el clima para establecer las mejores actividades que pueden ofrecerse como parte de la implementación de una nueva ruta turística.

4 Recomendaciones

Se recomienda a las entidades gubernamentales fortalecer la gestión pública del turismo a nivel regional, nacional e internacional, mejorando la infraestructura, el orden y el aseo en los atractivos turísticos identificados como el mirador de San Sebastián y el parque de la interculturalidad. Esto ayudará a maximizar su potencial y a brindar una experiencia más agradable a los visitantes.

Se recomienda realizar una campaña publicitaria masiva abarcando la mayor cantidad de medios de comunicación posible que promocióne y motive el turismo en el Valle de Sibundoy.

Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano local e indígena en función de las necesidades de la demanda turística para la generación de empleo, en la prestación de servicios turísticos, incluyendo idiomas, avistamiento de aves, fotografía, guianza, gastronomía y alojamiento. Esto garantizará una experiencia de calidad para los turistas y contribuirá al desarrollo sostenible de la comunidad.

Implementar un sistema de incentivos para los turistas al finalizar su experiencia turística que pueda redimirse en los mismos destinos para que las comunidades puedan beneficiarse, con el objetivo de fomentar la generación de reseñas y recomendaciones en redes y plataformas en línea. Esto ayudará a promover los atractivos turísticos de la región y atraer a más visitantes.

Fortalecer e impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional e internacional. Promover la nueva ruta turística y las actividades culturales, gastronómicas y naturales mediante una campaña publicitaria efectiva. Esto incluye el uso de medios tradicionales y digitales para llegar a un público más amplio y generar interés en la región como destino turístico.

Referencias bibliográficas

- Abril Abril, D.X. *Diseño de dos rutas de turismo de aventura, dirigidas a niños de ocho años a doce años de edad, dentro del Cantón Cuenca: Llacao – Sinincay u Tarqui-Cumbre, Providencia del Azuay*. [Diseño de proyecto de intervención para obtener el título de Ingeniero, Universidad de Cuenca]
- Albarracín, J. (2023). *En búsqueda del camino del Jaguar: Estudio socio-jurídico sobre la construcción de un modelo de protección sui géneris del Conocimiento y uso tradicional del yagé por parte de los médicos tradicionales indígenas de los pueblos pertenecientes a la UMIYAC*. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/84098>.
- Alcaldía Municipal Colón - Putumayo. (2012). *Centro Turístico Ambiaku*. <https://www.colon-putumayo.gov.co/turismo/hospedaje-la-avenida>.
- Alcino, F., & Cerquera, H. (2022). Ayahuasca: N, N-dimetiltriptamina (DMT) una Herramienta Psicodélica con Posibles Propiedades Psicoplastogénicas. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica*, 6 (2), 12.17. <https://doi.org/https://doi.org/10.36003/>
- Alonso, M. (2022). *Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas*. Asana. <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>.
- Álvarez, C. (2023). *Colombia: el territorio del yagé*. <https://www.iceers.org/es/colombia-territorio-yage/#:~:text=En Colombia no existe una,industria turística de la ayahuasca>.
- Amerisur. (2022). *La nueva Amerisur se une a la celebración del Global Big Day en Putumayo*. <https://www.lanuevaamerisur.com/la-nueva-amerisur-se-une-a-la-celebracion-del-global-big-day-en-putumayo/>
- Arroyo, E. (2018). Las mujeres detrás de la cocina del Putumayo. *Revista Semana*. <https://www.semana.com/las-mujeres-detras-de-la-cocina-del-putumayo/535/>

- Barragán D'Luyz, J.C. (2017). *Diseño de una ruta ecoturística en el municipio de Colosó-Sucre : senderismo y biodiversidad*. [Trabajo de grado, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/2368#page=1>
- Camelo, G., da Silva, I., & Cavalcante, R. (2012). *Experimentação da estratégia do oceano azul na concepção de produtos de software*. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 3. <https://doi.org/10.6008/ESS2179-684X.2012.002.0010>.
- Cardona, Y., y Jaraba, M. (2016). *Diseño de un Modelo Asociativo que articule la Cadena de Valor Turística en las Micro y Pequeñas Empresas de los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, departamento de Sucre*. Universidad Tecnológica de Bolívar. <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/1313/0069803.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- CENDAR. (2005). *Identidad y simbología en la artesanía. Los colores del Yagé*. Artesanías de Colombia. https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/los-colores-del-yage_1339#:~:text=La toma del Yagé permite comunicación con un plano espiritual.
- CENDAR. (2012). *Identidad y simbología en la artesanía. Los sabios tejidos del Sibundoy*. Artesanías de Colombia. https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/los-sabios-tejidos-del-sibundoy-_1338.
- Corpoamazonia. (2008). *Agenda Ambiental, Departamento de Putumayo*. https://www.corpoamazonia.gov.co/images/Publicaciones/22_2008_Agenda_Ambiental_del_Putumayo/2008_Agenda_Ambiental_Putumayo.pdf
- Cubillos, V. (2023). Putumayo: 4 dulces típicos que te encantarán. *Viajando Putumayo*. <https://colombia.viajando.travel/dulces-tipicos/putumayo-4-dulces-tipicos-que-te-encantarann59305>.

- Charry Varón, J.D., y Reyes Díaz, J. Y. (2020). *Propuesta para el diseño de una ruta turística en el Municipio de Anapoima Cundinamarca*. [Trabajos de Grado Tecnología en Gestión Turística y Hotelera, Universidad de Cundinamarca]. <http://hdl.handle.net/20.500.12558/3361>
- Doménech, A. (2021). *Desarrollo de un plan estratégico y búsqueda de una estrategia de océano azul*. [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/175914/Domenech - Desarrollo de unplanestrategicoybusquedadeunaestrategiadeoceanoazulparaROT....pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/175914/Domenech_-_Desarrollo_de_unplanestrategicoybusquedadeunaestrategiadeoceanoazulparaROT....pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Friede, J. (2013). *Leyendas de nuestro señor de Sibundoy y el santo Carlos Tamabioy*. ICANH - Instituto Colombiano de Antropología e Historia. <https://www.icanh.gov.co/investigacion/recursos-para-investigacion/publicaciones/revistas-cientificas/boletin-arqueologia/boletin-arqueologia-vol-1/numero-4-julio-agosto-1945/leyendas-senor-sibundoy-santo-carlos-tamabioy>.
- Hidalgo Villota, M. E., Enríquez Narváez, J. M., y Valenzuela Erazo, Y. K. (2024). Valoración económica del Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas en Ipiales, Colombia. *Apuntes del Cenes*, 43 (77), 211 - 242. <https://doi.org/10.19053/uptc.01203053.v43.n77.2024.1620>
- Igindoy, I. (2007). *Capacitación para mejoramiento de oficios y la productividad del sector Indígena Sigindioy Chindoy*. Convenio Artesanías de Colombia – OEI Bogotá. <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/1799>.
- Lugo, J., Cordoba, J., Ortega, D., & Burbano, J. (2010). *Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento del Putumayo (2011-2022)*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/a5d134c2-cc07-4e9e-9eaa-e7c19577b6ba/Putumayo.aspx>.
- Marín, A., y Caraballo, A. (2023). El yagé y su escasa regulación normativa en Colombia. *Revista Metro*.(01),3-8 <https://revistametro.co/2023/01/el-yage-y-su-escasa-regulacion-normativa-en-colombia/>

- Meneses, L., y Rueda, L. (2018). *Diseño de un sistema piloto de costeo ABC como herramienta para la toma de decisiones en una empresa de servicios, el caso de la agencia Ecoturismo Putumayo*. *Revista Científica de Contabilidad*, 22. <https://doi.org/10.18601/16577175.n22.07>.
- Molina, C. (2011). *Ecoturismo en Colombia: una Respuesta a Nuestra Invaluable Riqueza Natural*. *Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 4. 10-16. <https://www.eumed.net/rev/turydes/10/cdmm.htm>.
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*. Limusa. <https://eco.biblio.unc.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=26711>.
- Morales, L. (2013). *En la mesa con los Camëntsá. Vivir En El Pblado -Comunicación Con Sentido de Comunidad*. <https://vivirenelpoblado.com/en-la-mesa-con-los-camentsa/>
- Narváez, J. (2022). *Del mambe al guarapo: tradiciones ancestrales para armonizar pueblos indígenas*. RTVC. <https://www.radionacional.co/cultura/tradiciones/tradiciones-ancestrales-indigenas-murui-muina-y-carijona-putumayo>.
- Paredes Pedraza, M. A. (2019). *Diseño de una ruta turística para el desarrollo sostenible en el distrito de Zaña, Lanbayequé, 2019*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo] <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3633>
- Pereira Peña, D. (2020). *Rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para el municipio de Zapatocha y el territorio que compone el Cañón del Chicamocha (Santander-Colombia): una estrategia de desarrollo turístico e integración de actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, como contribución al desarrollo de la región*. [Tesis, Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB]. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle>

Pulido, J., y López, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. *Innovar*, 26(59), 54-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/>

Reza, A., Villarroel, J., Sánchez, J., y Romero, J. (2021). Potencial turístico de un destino: una mirada al desarrollo y evolución. Caso: Santo Domingo, Ecuador. *RICHS*, 10(19), 247. <https://doi.org/https://doi.org/10.23913/>

Rioselva travel. (2024). *Valle de Sibundoy*. https://www.rioselva.travel/putumayo/valle-de-sibundoy_9.

Rodriguez Viteri, M.C. (2017). *Diseño de una ruta turística entre el Canton Baños de Agua Santa y la Comunidad de Santa Rosa de Runtun, Provincia de Tungurahua, Ecuador*. Repositorio Universidad Regional Autónoma de los Andes <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7365>

Ruiz Blanco, C., y Cebrián Abellán, F. *El centro histórico de Quito dentro del contexto metropolitano*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7192784>

SENA. (2023). *Diversidad nuestra mayor riqueza*. https://putumayo.travel/es/sobre_putumayo/gastronomía.

SIART. (2012). *Maestros artesanos galardonados con la Medalla con la Medalla al Fomento Artesanal*. Artesanías de Colombia. https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/medalla-al-fomento-artesanal-2012_2576.

Visit Putumayo. (2019). *Santiago*. <https://www.visitaputumayo.com/destinos/santiago/>

Anexos

Anexo A. Encuesta Diseño de una Ruta Turística para el Valle de Sibundoy – Putumayo

UNIVERSIDAD MARIANA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
INVESTIGACIÓN: “DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA EN EL VALLE DE
SIBUNDOY COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA REGIÓN”

Instrumento de recolección de Información

Objetivo: Obtener información relacionada con los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy que contribuyen al diseño de una ruta turística.

Cláusula de confidencialidad: La información obtenida es estrictamente confidencial, únicamente se utilizará para el desarrollo de la investigación objeto de estudio.

Indicaciones de diligenciamiento: El diligenciamiento de la información se solicita sea con seriedad y sinceridad. Dar a conocer una sola respuesta por pregunta.

Identificación:

Nombre _____ Edad _____ Género _____

Teléfono: _____ Correo electrónico _____

Nacionalidad _____

Caracterización

1. Conoce usted lugares donde se realicen actividades de reconocimiento turístico en el Valle de Sibundoy. Si su respuesta es positiva continúe con la encuesta.

Si _____ No _____

2. Cuáles son los motivos principales de su estancia en el municipio de Valle de Sibundoy. Por orden de importancia enumere, siendo (5) el más importante y (1) el menos importante.

Concepto	1	2	3	4	5
Visita familiar					
Turismo y cultura general					
Negocios					
Descanso o placer					
Medicina ancestral					
Curiosidad por conocer el lugar					
Trabajo					
Compras					

3. Qué atractivos turísticos ha identificado en el Valle de Sibundoy

Posadas turísticas Villa Beatriz	Caminata entre artesanías	Termales de Colón	Toma Yagé	Parque de la interculturalidad	Avistamiento de aves
-------------------------------------	------------------------------	----------------------	--------------	-----------------------------------	-------------------------

4. Con qué frecuencia visitaría los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy

Una vez al año	Semestral	Trimestral	Bimestral	Mensual	Semanal	Nunca
----------------	-----------	------------	-----------	---------	---------	-------

5. La visita a los atractivos turísticos la realiza en compañía de:

Familiares	Compañeros de trabajo	Amigos	De forma individual
------------	--------------------------	--------	------------------------

6. Cuáles de estos servicios y/o productos utiliza durante su estadía. Por orden de importancia enumere, siendo (5) el más importante y (1) el menos importante.

Concepto	1	2	3	4	5
Visita a atractivos turísticos					
Guías turísticos					
Fotografía					
Compra de artesanías					
Alimentos y bebidas					

7. Cuanto tiempo promedio de permanencia dedica en la visita turística

Tiempo permanencia
Entre 2 – 4 horas
Entre 4 – 6 horas
Entre 6 – 8 horas
Más de 8 horas

8. Ha identificado alguna ruta turística dentro del municipio del Valle de Sibundoy

Si _____ No _____

Cuál: _____

9. Considera que los sitios turísticos del Valle de Sibundoy brindan seguridad para los turistas y habitantes de la región. siendo (5) mayor seguridad y (1) seguridad mínima

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. Estaría dispuesto a impulsar el turismo desde el área de su desempeño, sea como turista o habitante del municipio.

Si _____ No _____

11. Apoyaría la creación de una ruta turística en el Valle de Sibundoy que impulse el turismo dentro y fuera de la región.

Si _____ No _____

12. Cree usted que contar con una ruta turística que integre adecuadamente los atractivos del Valle de Sibundoy y los servicios turísticos de calidad que se ofertan, motivaría a una mayor cantidad de personas a conocer dicho lugar. En una escala de 1 a 5 califique siendo 5 importante y 1 menos importante

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Anexo B. Entrevista relacionada con los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy

UNIVERSIDAD MARIANA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

INVESTIGACIÓN: “DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA EN EL VALLE DE SIBUNDOY COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA REGIÓN”

Instrumento de recolección de Información

Objetivo: Obtener información relacionada con los atractivos turísticos del Valle de Sibundoy que contribuyen al diseño de una ruta turística.

Cláusula de confidencialidad: La información obtenida es estrictamente confidencial, únicamente se utilizará para el desarrollo de la investigación objeto de estudio.

Entrevista: Evaluación de Intereses y Preferencias para el Diseño de una Ruta Turística en el Valle de Sibundoy.

1. ¿Qué aspectos considera más atractivos al pensar en visitar una ruta turística en el Valle de Sibundoy?

Respuesta funcionario 1: Para mí los aspectos más atractivos del Valle de Sibundoy son que nosotros tenemos mucha cultura y eso se demuestra en las costumbres, la comida, lo que ustedes pueden ver aquí difícilmente lo encuentran en otro lugar del mundo porque tenemos rituales y medicina ancestral, la naturaleza los animalitos que acá son únicos y hermosos, los paisajes las aguas termales del Salado.

Respuesta funcionario 2: hay muchas cosas como las obras de arte, la comida, el carnaval que es uno de los más famosos, la toma de remedio para limpiarse, mejor dicho, acá tenemos de todo y es bonito y único.

2. ¿Cuáles son las actividades o experiencias que más le llaman la atención al explorar un nuevo destino turístico?

Respuesta funcionario 1: Siempre que uno va a un lugar nuevo siempre quiere probar la comida

Respuesta funcionario 2: Los lugares naturales y la comida principalmente me llaman la atención.

3. Desde su perspectiva, ¿qué elementos culturales o naturales del Valle de Sibundoy deberían ser destacados en una ruta turística?

Respuesta funcionario 1: casi nunca se incluyen en las rutas el turismo natural, como a conocer los animalitos que por acá.

Respuesta funcionario 2: Me parece que se deberían incluir una visita a las chagritas de las mamas como parte de la gastronomía de Sibundoy, porque es bien importante ver como se siembra semillas típicas que se están perdiendo y como ellas las rescatan y las incluyen en las comidas.

4. ¿Qué tipo de alojamiento preferiría al visitar una ruta turística en una región como el Valle de Sibundoy? ¿Alojamientos rurales o instalaciones más modernas?

Respuesta funcionario 1: ambas están bien, depende de la experiencia si yo quisiera ir a limpiarme me voy a quedarme a las posaditas para que me sanen, si busco más comodidad y me gusta el baile las discotecas busco algo más central.

Respuesta funcionario 2: A mí me gustaría más rural porque eso es lo bonito del Valle de Sibundoy convivir con las comunidades y vivir algo diferente a lo que normalmente se hace.

5. ¿Considera importante la interacción con las comunidades locales en su experiencia turística? ¿Por qué?

Respuesta funcionario 1: Claro totalmente, no se puede venir sin conocer las costumbres el arte tan lindo que nosotros hacemos acá, hablar con los Taitas, las Mamas ellos tienen mucha sabiduría y es parte de la experiencia.

Respuesta funcionario 2: Si, por supuesto además somos muy amables siempre prestos a atenderlos y enseñarles quienes somos.

6. En su opinión, ¿cómo se podrían promover y conservar las tradiciones culturales de las comunidades indígenas en el diseño de una ruta turística?

Respuesta funcionario 1: Principalmente dándolas a conocer ofreciéndolas, mucha gente no viene porque no sabe que tanto pueden hacer acá y hay mucho, si me entiende.

Respuesta funcionario 2: Yo creo que comentándole a la gente o ahora que hay Facebook, WhatsApp y todo eso se podría poner videos, fóticos de la comida de las témales, para que así vengan más personas.

7. ¿Estaría interesado(a) en participar en actividades relacionadas con la espiritualidad indígena durante su visita al Valle de Sibundoy?

Respuesta funcionario 1: Si nosotros desde niños participamos y nos sanamos con la naturaleza.

Respuesta funcionario 2: Claro acá nos curamos principalmente con lo que nos dicen las mamas y los taitas, tomado remedio hablando con la naturaleza.

8. ¿Qué tipo de actividades de aventura o recreación le gustaría encontrar en una ruta turística en esta región?

Respuesta funcionario 1: Me parece que lo que me comentaron está bien en la ruta esta completa

Respuesta funcionario 2: Sería bien interesante incluir actividades más deportivas como escalar o paseo en balsa remando.

9. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario adicional sobre lo que le gustaría encontrar en una ruta turística en el Valle de Sibundoy?

Respuesta funcionario 1: No, por ahora no

Respuesta funcionario 2: No, solo lo que le decía de los deportes.

Anexo C. Atractivos turísticos identificados por las personas encuestadas

Rango de Edad	Posadas turísticas Villa Beatriz		Caminata entre artesanías		Termales el salado Santiago		Toma de Yagé		Avistamiento de aves	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	3		3	4	6	3	5	5	5	2
35-39	1	2	1	1	3	5	6	6	2	2
40-44	1	2	2	3	3	4	2	8	4	5
45-49	2		3	2	2		1	2	3	3
50-54		1	1		3	3	5	3	2	1
55-59		1	2	1	1	4	4		2	2
Total	13		23		37		47		33	

Rango de Edad	Hotel la Posada Colón		Hotel Spa Colón		Parque interculturalidad		Mirador San Sebastian Colón		Termales Ambiaku de Colón	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	3	2	3	1	1	2	6	4	6	4
35-39		1	2	2	3	1	3	1	4	2
40-44	1	1	2	3	3	2	4	4	3	5
45-49	1		1	1	2	2	2	2	5	3
50-54		1	1	3	1	1	1	3	4	2
55-59	1		3		2	3	2		2	4
Total	11		22		23		32		44	

Anexo D. Frecuencia de visita a los atractivos turísticos

Rango de Edad	Una vez al año		Semestral		Trimestral		Bimestral		Mensual		Semanal		Nunca	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	21	7	11	7	9	6	3	2					1	
35-39	5	9	9	7	9	4	1					1		
40-44	8	19	9	11	4	7		1		1			2	
45-49	11	5	7	5	2	6	1	1		1	2			
50-54	9	7	6	8	6	4	1							
55-59	2	1	5	7	5	3	2	2	1	1				
Total	104		92		65		14		4		6		0	

Anexo E. Principal compañía de las personas encuestadas para visitar los atractivos turísticos

Rango de Edad	Familiares		Compañeros		Amigos		Individual		otra	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	19	8	3	1	11	9	3	2	6	7
35-39	8	9	3	2	10	7	1		2	3
40-44	9	19	1	3	7	13		1	2	1
45-49	11	5		1	4	5	1	1	3	5
50-54	9	7	1		6	4	1		6	7
55-59	13	7			4	1	2	2	4	5
Total	124		15		81		14		51	

Anexo F. Tiempo promedio de permanencia en la visita turística

Rango de Edad	Entre 2 – 4 horas		Entre 4 – 6 horas		Entre 6 – 8 horas		Más de 8 horas	
	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	6	4	7	3	9	6	4	6
35-39	8	2	5	6	6	4	4	8
40-44	9	11	4	4	4	8	7	7
45-49	4	1	9	3	8	7	6	5
50-54	6	5	8	10	4	9	9	3
55-59	4	13	4	3	7	3	8	4
Total	73		66		75		71	

Anexo G. Opinión acerca de la seguridad en los sitios turísticos del Valle de Sibundoy

Rango de Edad	No hay seguridad (1)		Poca seguridad (2)		Aceptable (3)		Buena seguridad (4)		Excelente seguridad (5)	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	9	9	17	11	4	2	1	1		1
35-39	8	6	14	21	5	4		1	1	1
40-44	11	7	10	19	4	3	1		1	
45-49	8	5	12	3	2	1				1
50-54	6	5	13	10	3	4	1			
55-59	7	12	11	3	1	4				1
Total	93		144		37		5		6	

Anexo H. Importancia de una ruta turística que integre adecuadamente los atractivos del Valle de Sibundoy y los servicios turísticos de calidad que se ofertan que motivara el turismo.

Rango de Edad	No importa nada (1)		No importa mucho (2)		Medianamente importante (3)		Importante (4)		Muy importante (5)	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
30-34	1	1		1	2	6	27	16	11	7
35-39	1	1			4	7	5	7	2	2
40-44	1	3		1	5	3	14	9	4	5
45-49	1	5	2	2	6	5	7	11	6	3
50-54	1	2	1		5	2	9	13	6	7
55-59	1	1	2	1	3	3	12	7	6	9
Total	19		10		51		137		68	