



Universidad
Mariana

Análisis de las capacidades de desarrollo turístico en los municipios de Puerres y Funes del
departamento de Nariño

Universidad Mariana
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Negocios Internacionales

San Juan de Pasto

2024

Análisis de las capacidades de desarrollo turístico en los municipios de Puerres y Funes del
departamento de Nariño

Anderson Estivel Hernández Muñoz

Juan Luis Obando Torres

Informe de investigación para optar al título de: Profesional en Administración de Negocios
Internacionales

Mg. Nubia del Rosario Gonzales Martínez

Asesor

Universidad Mariana

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Negocios Internacionales

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

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a la Universidad Mariana por brindarme la oportunidad de cursar mis estudios y por el invaluable apoyo durante todo este tiempo. Su compromiso con la excelencia académica y su dedicación a la formación integral de sus estudiantes han sido fundamentales en mi desarrollo profesional y personal.

Un agradecimiento inmenso a los profesores de nuestra alma mater, pues gracias a su apoyo, fue posible este proyecto de investigación. Del mismo modo, a los profesores Carlos Gerardo Enríquez y Nubia del Rosario Gonzales, les extiendo mi más sincero agradecimiento. Gracias por creer en nosotros, por sus valiosas enseñanzas y por el aliento continuo en cada etapa de mi formación. Su influencia perdurará en mi vida profesional y personal.

Dedicatoria

La dedicatoria se realiza de manera personal, no debe ser superior a una página. Si son varios Dedicamos nuestro trabajo de grado principalmente a Dios por darnos la fortaleza suficiente para terminar uno de los más anhelados pasos dentro de nuestra formación profesional. De igual manera, a nuestros padres por su gran amor, paciencia y su incondicional apoyo para seguir siempre adelante.

De igual manera, a nuestros padres por su gran amor, paciencia y su incondicional apoyo para seguir siempre adelante.

Anderson Estivel Hernández Muñoz

Dedicatoria

A mis amados padres, quienes han sido mi apoyo incondicional en cada paso de este camino académico, su amor y sacrificio han sido la brújula que me ha guiado hacia el éxito. A mi querida hermana, compañera de risas y confidencias, tu aliento y complicidad han sido un bálsamo en los momentos de desafío. A mi dulce abuela, fuente de sabiduría y ternura, tu ejemplo de perseverancia y bondad ha sido mi inspiración constante. Este logro no solo es mío, sino también de ustedes, quienes han sido mi sostén inquebrantable.

Juan Luis Obando Torres.

Contenido

Introducción.....	19
1 Resumen de proyecto.....	21
1.1 Descripción del problema.....	21
1.1.1 Formulación del problema.....	25
1.1.2 Sistematización del problema.....	25
1.2 Justificación.....	25
1.3 Objetivos.....	27
1.3.1 Objetivo general.....	27
1.3.2 Objetivos específicos.....	27
1.4 Marco referencial o fundamentos teóricos.....	28
1.4.1 Antecedentes.....	28
1.4.1.1 Internacionales. como aportes se presenta las siguientes investigaciones.....	28
1.4.1.2 Nacionales. En este aparte se citan los siguientes estudios.....	28
1.4.1.3 Regionales. A continuación, se presenta las siguientes investigaciones.....	29
1.4.1. Marco teórico.....	29
1.4.2 Marco conceptual.....	35
1.4.2.1 La división política de Puerres.....	35
1.4.3 Marco contextual.....	41
1.4.4 Marco legal.....	46
1.5 Metodología.....	51
1.5.1 Paradigma de investigación.....	51
1.5.2 Enfoque de investigación.....	51
1.5.3 Tipo de investigación.....	52
1.5.4 Método de investigación.....	52
1.5.5 Fuentes primarias de información.....	52
1.5.6 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	53
2 Presentación de resultados.....	54
2.1 Análisis del Macro Entorno Turísticos (PESTEL).....	54
2.1.1 Procesamiento de la información Ubicación de los municipios.....	55

2.1.1.1 Análisis político de Funes	57
2.1.1.2 Análisis económico	58
2.1.1.3 Análisis sociocultural	59
2.1.1.4 Análisis tecnológico	59
2.1.1.5 Análisis Ecológico.....	60
2.1.1.6 Análisis Legal.....	61
2.2 Análisis e interpretación de resultados.....	62
2.2.1 Hoteles o Posadas Turísticas en el Municipio de Puerres	62
2.2.1.1 Estado de conservación de la estructura de los hoteles	62
2.2.2 Restaurantes en el municipio de Puerres	74
2.2.2.1 En cuanto a infraestructura municipio de Puerres.....	75
2.2.3 Empresarios que administran recursos turísticos, Monumento Virgen de Fátima Puerres ..	88
2.2.4 Empresas de transporte del Municipio ne Puerres.....	102
2.2.5 Empresarios que ofrecen servicios de agencias de viajes en el Municipio de Puerres.....	112
2.2.6 Hoteles o posadas turísticas en el municipio de Funes	121
2.2.7 Restaurantes en el municipio de FUNES.....	135
2.2.8 Recursos turísticos del municipio de Funes.....	147
2.2.9 Guianza Turística.....	157
2.2.10 Empresas de transporte al municipio de Funes	170
2.3 Análisis del objetivo general.....	182
2.3.1 Análisis Matriz DOFA del potencial turístico del municipio de Puerres	183
2.3.1.1 Debilidades.....	183
2.3.1.2 Oportunidades	184
2.3.1.3 Fortalezas	185
2.3.1.4 Amenazas.....	185
2.3.1.5 Análisis Matriz DOFA del potencial turístico del municipio de Funes.....	196
2.3.1.6 Cruce de Variables matriz DOFA	206
2.3.2 Promoción y Mercadeo.....	208
2.3.3 Mejora de la Oferta Turística.....	208
2.3.4 Fortalecimiento Empresarial y Capital Humano	208
2.3.5 Articulación Interinstitucional	209

2.3.6 Desarrollo de Infraestructura Turística	209
2.3.7 Capacitación de la población local	209
2.3.8 Marketing y Promoción	210
2.3.9 Infraestructura y Servicios Turísticos	210
2.3.10 Colaboración y Cooperación	211
3 Conclusiones	212
4 Recomendaciones	213
Referencias bibliográficas	214
Anexo	221

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz DOFA Puerres	187
Tabla 2 Matriz DOFA Funes.....	200

Índice de Figuras

Figura 1 División política de Puerres	35
Figura 2 Virgen de Fátima municipio de Puerres	36
Figura 3 División política de Funes Nariño	37
Figura 4 Paisaje Natural Municipio de Funes	39
Figura 5 Iglesia inmaculada concepción de Funes.....	40
Figura 6 Subregiones del departamento de Nariño	55
Figura 7 Municipio de Puerres	56
Figura 8 Municipio de Funes	57
Figura 9 Estado de conservación de la estructura	62
Figura 10 Estado de conservación de elementos móviles, puertas y ventanas	63
Figura 11 Espacios públicos organizados	63
Figura 12 Espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida.....	64
Figura 13 Espacios públicos organizados facilitan acceso, movilidad de personas discapacitas. .	65
Figura 14 Diseño y construcción de acuerdo al estilo de la cultura local	65
Figura 15 Dispositivos de protección.....	66
Figura 16 Mantenimiento regular en el hotel	67
Figura 17 Trato afable, cortés y servicial al turista	67
Figura 18 Información y rótulos preventivos	68
Figura 19 Dispositivos de protección para el personal en el hotel.....	69
Figura 20 Personal entrenado para emergencias	69
Figura 21 Equipos de protección del personal.	70
Figura 22 Capacitaciones al personal.....	71
Figura 23 Servicio de alojamiento del hotel.....	71
Figura 24 Servicio acogedor, agradable y confortable.....	72
Figura 25 Actitud y vestimenta del personal.....	73
Figura 26 Recepción de pagos electrónicos	73
Figura 27 Servicio de alimentación.....	74
Figura 28 Ventilación.....	75
Figura 29 Servicios sanitarios	76

Figura 30 Recipientes para basura	76
Figura 31 Señalización en los restaurantes.	77
Figura 32 Instalaciones de los restaurantes	78
Figura 33 Uniformes adecuados y equipos de protección adecuados	79
Figura 34 Equipos de protección para el personal	79
Figura 35 Capacitaciones al personal	80
Figura 36 Información y rótulos preventivos	81
Figura 37 Estrategias de motivación para el talento humano	81
Figura 38 Servicios sanitarios.	82
Figura 39 Programas de desinfección y limpieza	83
Figura 40 Programas de control de plagas	83
Figura 41 Ventilación	84
Figura 42 Recepción de pagos electrónicos	85
Figura 43 Servicio de internet	85
Figura 44 Fidelización de los clientes	86
Figura 45 Proceso de evaluación y seguimiento	87
Figura 46 Los servicios sanitarios	87
Figura 47 Administración del recurso turístico	88
Figura 48 Registro ante Cámara de Comercio	89
Figura 49 Pertenece a un gremio del sector turístico	90
Figura 50 Categoría del recurso turístico	90
Figura 51 Acceso al recurso turístico	91
Figura 52 Época con mayor visita al recurso turístico	91
Figura 53 Servicio adicional	92
Figura 54 Estado del recurso	93
Figura 55 Estado de los servicios por fuera.	93
Figura 56 Herramientas necesarias	94
Figura 57 Señalización de registros profesionales	94
Figura 58 Programas de aseo	95
Figura 59 Control de plagas	96
Figura 60 Verificación de alimentos	96

Figura 61 Implementos para empleados.....	97
Figura 62 Plan de emergencia	97
Figura 63 Manejo ambiental	98
Figura 64 Recepción de pagos	99
Figura 65 Servicio de internet	99
Figura 66 Fidelización de los clientes	100
Figura 67 Proceso de Capacitación al personal. Evaluación y seguimiento	101
Figura 68 Estrategias de Motivación.....	101
Figura 69 Estado interno del vehículo.....	102
Figura 70 Estado externo del vehículo	103
Figura 71 Decoración exterior.....	103
Figura 72 Accesibilidad y confortabilidad	104
Figura 73 Estado de las cabinas internas.....	105
Figura 74 Estado de ventilación, aire acondicionado o calefacción en vehículos cerrados	105
Figura 75 Estado de cortinas y lona	106
Figura 76 Condiciones del vehículo.....	106
Figura 77 Estado de los cinturones de seguridad	107
Figura 78 Estado de los faros	107
Figura 79 Disponibilidad de herramientas	108
Figura 80 Capacitación profesional del personal	108
Figura 81 Registro en Cámara de Comercio	109
Figura 82 Afiliaciones a gremios del sector turístico.....	109
Figura 83 Atención al viajero.....	110
Figura 84 Cumplimiento de horarios establecidos	110
Figura 85 Fidelización de los clientes	111
Figura 86 Evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a clientes	112
Figura 87 Periodicidad del servicio.....	113
Figura 88 Servicios que presta la agencia	113
Figura 89 Servicios para el turista internacional, nacional y local.....	114
Figura 90 Programas de publicidad.....	114
Figura 91 Convenios y alianzas	115

Figura 92 Reconocimiento y aceptabilidad.....	115
Figura 93 Plan de emergencia	116
Figura 94 Plan de manejo ambiental	116
Figura 95 Señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales	117
Figura 96 Pagos electrónicos.....	117
Figura 97 Servicio de internet.	118
Figura 98 Fidelización de los clientes	118
Figura 99 Capacitaciones al personal.....	119
Figura 100 Estrategias de motivación	120
Figura 101 Proceso de evaluación y seguimiento del servicio.....	120
Figura 102 Sala de estar hotel el Sol	122
Figura 103 Estado de conservación de la estructura	123
Figura 104 Estado de conservación de elementos móviles	123
Figura 105 Espacios públicos organizados	124
Figura 106 Espacios públicos y organizados	125
Figura 107 Diseño de acuerdo al estilo de la cultura local.....	125
Figura 108 Dispositivos de protección.....	126
Figura 109 Mantenimiento	127
Figura 110 Trato afable, cortés y servicial	127
Figura 111 Información y rótulos preventivos	128
Figura 112 Dispositivos de protección para el personal	129
Figura 113 Personal entrenado para emergencias	129
Figura 114 Equipos de protección del personal	130
Figura 115 Capacitaciones al personal.....	131
Figura 116 Servicio de alojamiento	132
Figura 117 Servicio acogedor, agradable y confortable.....	132
Figura 118 Servicios complementarios al de alojamiento	133
Figura 119 Actitud y vestimenta del personal.....	133
Figura 120 Recepción de pagos electrónicos	134
Figura 121 Servicio de alimentación.....	135
Figura 122 Restaurante y panadería Makari	136

Figura 123 Servicios sanitarios	136
Figura 124 Recipientes para basura	137
Figura 125 Señalización	138
Figura 126 Instalaciones.....	138
Figura 127 Uniformes adecuados y equipos de protección.....	139
Figura 128 Equipos de protección para el personal	140
Figura 129 Capacitaciones al personal.....	140
Figura 130 Información y rótulos preventivos	141
Figura 131 Estrategias de motivación para el talento humano.....	141
Figura 132 Servicios sanitarios	142
Figura 133 Programas de desinfección y limpieza.....	143
Figura 134 Programas de control de plagas	143
Figura 135 Ventilación.....	144
Figura 136 Servicio de internet	144
Figura 137 Fidelización de los clientes	145
Figura 138 Procesos de evaluación y seguimiento.....	146
Figura 139 Los servicios sanitarios	146
Figura 140 Cascada Chilidoña	147
Figura 141 Administración de los recursos turísticos	148
Figura 142 Administración del recurso turístico.....	149
Figura 143 Agencia de Turístico.....	149
Figura 144 Categoría del recurso turístico	150
Figura 145 Acceso al recurso turístico.....	150
Figura 146 Tipo de Acceso al recurso turístico.....	151
Figura 147 Época con mayor visita al recurso turístico	151
Figura 148 Servicio Adicional	152
Figura 149 Estado del Recurso.....	152
Figura 150 Estado de los Servicios por Fuera.....	153
Figura 151 Herramientas Necesarias.....	153
Figura 152 Programas de Aseo	154
Figura 153 Manejo Ambiental	155

Figura 154 Fidelización de los clientes	155
Figura 155 Proceso de Evaluación y Seguimiento.....	156
Figura 156 Capacitaciones al personal.....	156
Figura 157 Estrategias de Motivación.....	157
Figura 158 Guía turístico o baqueano del municipio de Funes.....	158
Figura 159 Salud, herramientas y alimentación	158
Figura 160 Presentación y vestimenta.....	159
Figura 161 Cumplimiento al turista	160
Figura 162 Personal neto para excursiones	160
Figura 163 Material informativo	161
Figura 164 Información y señalización	161
Figura 165 Equipo de seguridad.....	162
Figura 166 Seguro de accidentes.....	162
Figura 167 Guías capacitados	163
Figura 168 Equipos de primeros auxilios.....	163
Figura 169 Equipo para turistas	164
Figura 170 Pulcritud y vestimenta	164
Figura 171 Acciones de fidelización.....	165
Figura 172 Proceso de seguimiento	165
Figura 173 Guías legalmente capacitados.....	166
Figura 174 Capacidad lengua materna	167
Figura 175 Dominio de lengua nativa	167
Figura 176 Competencias de guía	168
Figura 177 Puntualidad	168
Figura 178 Conocimiento.....	169
Figura 179 Capacitaciones al personal.....	169
Figura 180 Estrategias de motivación	170
Figura 181 Buseta de la empresa San Juan de Pasto.....	170
Figura 182 Estado interno del vehículo.....	171
Figura 183 Estado externo del vehículo	172
Figura 184 Decoración exterior.....	172

Figura 185 Accesibilidad y confortabilidad	173
Figura 186 Estado de las cabinas internas.....	173
Figura 187 Estado de ventilación	174
Figura 188 Estado de cortinas y lona	174
Figura 189 Condiciones del vehículo.....	175
Figura 190 Estado de los cinturones de seguridad	175
Figura 191 Estado de los faros	176
Figura 192 Disponibilidad de recursos.....	176
Figura 193 Capacitación profesional del personal	177
Figura 194 Capacitación al personal	178
Figura 195 Registro en Cámara de Comercio	179
Figura 196 Afiliaciones a gremios del sector turístico.....	179
Figura 197 Atención al viajero.....	180
Figura 198 Cumplimiento de horarios establecidos.....	180
Figura 199 Fidelización de los clientes	181
Figura 200 Evaluación y seguimiento.....	182

Índice de Anexos

Anexo A. Encuesta dirigida a empresarios	222
Anexo B Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de restaurante	226
Anexo C. Encuesta dirigida a empresarios que administran los recursos turísticos	229
Anexo D. Encuesta dirigida a Guianza Turística.	233
Anexo E. Entrevista dirigida clientes del hotel	236
Anexo F. Entrevista dirigida a clientes del transporte.	237
Anexo G. Entrevista dirigida a clientes del restaurante	238

Introducción.

El turismo, definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2008), como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios, ha demostrado ser un motor significativo para el crecimiento y desarrollo económico a nivel mundial. En los últimos años, el turismo ha crecido y evolucionado, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor expansión, con un impacto positivo tanto a nivel local como internacional.

En el contexto colombiano, el sector turístico ha mostrado un notable crecimiento. Entre 2010 y 2019, las visitas internacionales a Colombia aumentaron un 196%, reflejando el potencial del país como destino turístico. El departamento de Nariño, ubicado en el suroeste de Colombia, destaca por su diversidad geográfica, cultural y patrimonial, presentando una oportunidad única para el desarrollo turístico. Con paisajes que van desde playas paradisíacas hasta majestuosos volcanes andinos, y una rica herencia cultural, Nariño tiene el potencial de convertirse en un destino de primer orden tanto para el turismo ecológico como para el cultural y religioso.

Los municipios de Puerres y Funes, situados en la zona de frontera entre Colombia y Ecuador, poseen características singulares que los hacen atractivos para el turismo. Sin embargo, para aprovechar plenamente este potencial, es crucial realizar un análisis exhaustivo de sus capacidades de desarrollo turístico. La identificación de las fortalezas y debilidades de estos municipios permitirá diseñar estrategias efectivas para fomentar el turismo de manera sostenible, contribuyendo al progreso socioeconómico de la región.

Este trabajo de grado, titulado “Análisis de las capacidades de desarrollo turístico en los municipios de Puerres y Funes en el departamento de Nariño” (p.1), se enmarca dentro de la línea de investigación de desarrollo empresarial y económico, específicamente en la línea de desarrollo turístico. El objetivo general es analizar las capacidades de desarrollo turístico ecológico, religioso y cultural en estos municipios, desde una perspectiva socioeconómica y financiera. Para ello, se plantean objetivos específicos que incluyen la caracterización de las capacidades turísticas, la

identificación de las condiciones administrativas y técnicas, y el diseño de estrategias de mejoramiento socioeconómico y financiero.

La importancia de esta investigación radica en la necesidad de conocer la situación actual y las capacidades de desarrollo turístico de Puerres y Funes. Sin este conocimiento, se corre el riesgo de desaprovechar oportunidades y retardar el desarrollo turístico. Además, la investigación contribuirá a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, particularmente en relación con el trabajo decente y el crecimiento económico (ODS 8) y las ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11).

1 Resumen de proyecto

1.1 Descripción del problema

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005-2007), turismo es un fenómeno social, cultural, y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

De acuerdo a la misma organización, El turismo internacional comprende el turismo que viaja al exterior (egresivo o de salida) y el que procede del extranjero (receptivo o, de entrada). Sumado a lo anterior se puede afirmar que el turismo ha venido creciendo y evolucionando conforme pasan los años, hasta convertirse en uno de los principales sectores económicos de mayor crecimiento en el mundo. A tal punto que algunas comunidades lo consideran un motor para el progreso socio económico. Conforme a datos de la OMT (2020) citado por Andrade-Zambrano (2021) “Las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron un 4,3% en 2014 hasta alcanzar a los 1.133 millones” (p.2).

Por otra parte, también se puede afirmar que el turismo internacional puede contribuir de manera directa o indirecta al cumplimiento de objetivos de la Agenda 2030. Según la Organización Mundial del Turismo (2020) citado por Andrade-Zambrano (2021):

En el año 2015 fue un año decisivo para el desarrollo mundial, al haber aprobado los Gobiernos la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La ambiciosa agenda establece un marco mundial hasta 2030 para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático. (p.9)

Según la OMT (2020), el turismo nacional representa “El turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores” (p.4).

Se puede agregar que, según Brida, et al. (2021) en el artículo publicado por la Revista de Economía del Rosario, vol 2, núm1 cita a Cisneros-Martínez y Fernández-Morales, (2016) el cual menciona que: “el turismo es reconocido como un sector que tiene un impacto positivo sobre el crecimiento y desarrollo económico a pesar del problema que genera su estacionalidad para las actividades de este sector” (p.197). Asimismo cita a Webster y Ivanov, (2014) menciona “cuando la actividad turística crece, los visitantes aumentan y gastan más dinero en el destino, lo cual conduce a un incremento del PIB y al crecimiento económico del lugar” (p.137).

Según Toursim Economis (2021) menciona:

El sector de viajes de Colombia experimentó un crecimiento constante entre 2010 y 2019. Las noches de estadía nacionales aumentaron un 39 % a lo largo de esos 10 años, mientras que las visitas internacionales se ampliaron un 196 %. La participación de Colombia en los viajes internacionales se ha incrementado, con una notable alza en los viajes provenientes de mercados europeos (de un 0,3 % de viajes de larga distancia a un 0,8 %), así como en viajes intrarregionales de Sudamérica. (p. 3)

Los principales impactos económicos positivos del turismo están relacionados con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos, la generación de empleo y las oportunidades de negocio. Según Brida et al. (2021), existen tres tipos de impacto económico generados por el turismo; directo (es el generado por las ventas de las empresas de servicios turísticos) indirecto (está relacionado con la compra y bienes de servicios de los proveedores a empresa turísticas y la compraventa de bienes o servicios de las empresas turísticas a otras empresas de la región). Y, por último, el impacto inducido (hace referencia a cuando los propietarios de las empresas de turismo gastan su dinero) (Brida et al., 2021).

Según Toursim Economis (2021)

En 2019, los gastos de visitantes nacionales e internacionales en la economía colombiana aportaron directamente USD 59.000 millones al PIB de Colombia y tuvieron un impacto total de USD 15.700 millones, lo que incluye impactos indirectos e inducidos. La industria de viajes

y turismo colombiana representó el 5 % del PIB total en 2019. Esta actividad económica ayudó a respaldar 1,2 millones de empleos. (p.3)

Según Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

El primer semestre de 2023 registró la mayor cantidad de visitantes no residentes respecto al mismo periodo de 2022 y 2019. Los visitantes no residentes entre enero y junio de 2023 alcanzaron los 2'705.474, lo que representa un aumento del 34,3 % en comparación con el primer semestre de 2022, cuando el país recibió 2'014.062; y un 22,1 % en comparación con el mismo periodo de 2019, el año anterior a la pandemia, cuando se reportaron 2'216.043 visitantes. Durante el primer semestre de 2023, del total de visitantes no residentes que visitaron el país 1'930.421 eran extranjeros no residentes, 543.768 colombianos residentes en el exterior y 231.285 pasajeros en cruceros. (p. 1)

El departamento de Nariño, ubicado en el suroeste de Colombia, es un destino turístico que cautiva a los visitantes con su belleza natural, rica cultura y patrimonio histórico. Con una diversidad geográfica que abarca desde playas exóticas hasta altas montañas, Nariño se erige como un lugar único y fascinante para aquellos que buscan una experiencia de viaje auténtica y enriquecedora.

Nariño se distingue por su asombrosa variedad de paisajes naturales que van desde playas paradisíacas en la costa del Pacífico hasta majestuosos volcanes andinos. La laguna de La Cocha, la más grande de Colombia, es un tesoro escondido en medio de las montañas. Rodeada de exuberantes bosques, esta laguna ofrece a las visitantes actividades como la navegación en bote y la observación de aves, además de ser el punto de partida para explorar el Parque Nacional Natural Puracé, donde los senderos conducen a cascadas impresionantes y fuentes termales relajantes.

El departamento de Nariño es también el hogar de una rica herencia cultural que se refleja en sus festividades, danzas y gastronomía. Pasto, la capital de Nariño, es famosa por el Carnaval de Blancos y Negros, un evento cultural único que celebra la diversidad étnica y la convivencia

pacífica. Durante este carnaval, las calles se llenan de coloridas pinturas y disfraces, creando un ambiente festivo y alegre que atrae a visitantes de todo el país y el mundo.

La gastronomía de Nariño es una delicia para los sentidos. Los platos típicos como el cuy asado, el mote de queso y tamales nariñenses son una muestra de la riqueza culinaria de la región. Además, los mercados locales ofrecen una amplia variedad de productos artesanales, desde tejidos tradicionales hasta cerámica única, que permiten a los visitantes llevarse consigo un pedazo auténtico de la cultura nariñense.

Nariño se ha convertido en un destino para los amantes de la naturaleza y los deportes de aventura. El ascenso al volcán Galeras es una experiencia inolvidable para los amantes del montañismo, brindando vistas panorámicas de la región y un acercamiento a la actividad volcánica. La práctica de deportes acuáticos en las playas de Tumaco y la observación de ballenas jorobadas en el océano Pacífico son solo algunas de las opciones emocionantes que ofrece el turismo en Nariño.

Aunque el turismo en Nariño ha crecido en los últimos años, aún existen desafíos a superar para garantizar un desarrollo sostenible y equitativo. La infraestructura turística y la promoción adecuada son áreas que requieren inversión para brindar experiencias más completas a los visitantes. Además, la conservación del patrimonio natural y cultural debe ser una prioridad para mantener la autenticidad y el encanto de la región.

En conclusión, el departamento de Nariño en Colombia se presenta como un destino turístico que cautiva con sus paisajes diversos, rica cultura y opciones de aventura. Con un enfoque en el turismo sostenible y la preservación de su herencia, Nariño promete seguir siendo un lugar inolvidable para aquellos que buscan una experiencia de viaje auténtica y enriquecedora en el corazón de Colombia.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo determinar las capacidades de desarrollo turístico en los municipios de Puerres y Funes en el departamento de Nariño?

1.1.2 Sistematización del problema

¿Cómo determinar las capacidades de desarrollo turístico en los municipios de Puerres y Funes en el departamento de Nariño?

¿Cuáles son las características físicas y políticas en el Municipio de Puerres y Funes en el departamento de Nariño?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del municipio de Puerres y Funes para acoger el turismo como herramienta de desarrollo sostenible?

¿Cuáles son las características del turismo religioso en los municipios de Puerres y Funes del departamento de Nariño?

¿Qué impacto socioeconómico genera el turismo en los municipios de Funes y Puerres del departamento de Nariño?

¿Cuáles son las características del turismo cultural en los municipios de Funes y Puerres del departamento de Nariño?

1.2 Justificación

La realización del proyecto que tiene como título Análisis de las capacidades de desarrollo turístico en los municipios de Funes y Puerres en el departamento de Nariño, nos plantea como problemática a resolver la identificación de las capacidades de desarrollo turístico de los municipios de Funes y Puerres del departamento de Nariño. Por otra parte, también se puede afirmar que, la importancia

que tiene el problema de investigación radica en que, si no se conoce la situación actual o las posibles capacidades de estos municipios, no se puede identificar y aprovechar las fortalezas; porque lo que no se puede medir, no se puede controlar y lo que no se controla no se puede mejorar.

Por consiguiente, podemos agregar que, si no se cuenta con un punto de partida para desarrollar el turismo, existe el riesgo de que nunca se desarrolle el turismo o que su desarrollo tarde mucho más, al mismo tiempo que se corre el riesgo de desaprovechar esas oportunidades existentes.

Para lograr lo antes mencionado, se planea realizar una investigación, lo cual implica realizar un análisis integral que evalúe diversos aspectos para identificar su potencial y las áreas que requieren atención. Por ejemplo: evaluación de recursos naturales y culturales, esto con el fin de identificar los recursos naturales, culturales y patrimoniales en ambos municipios, esto incluye sitios históricos, monumentos, festividades, atractivos naturales, bellezas paisajísticas y actividades culturales.

Lo cual permite evaluar su estado de conservación, su importancia y su atractivo para los turistas. Por otro lado, conocer el nivel de infraestructura y accesibilidad, esto con el fin de evaluar la infraestructura existente, incluyendo carreteras, transporte público, alojamiento, restaurantes y otros servicios turísticos. La accesibilidad es crucial para atraer visitantes, por lo que es importante considerar cómo llegar a estos municipios y cómo moverse dentro de ellos.

Otro aspecto importante a tener en cuenta del presente proyecto son los beneficios sociales; en primer lugar, el conocimiento de las facultades turísticas que cada municipio posee puede utilizarse como herramienta para adaptar, implantar y por último desarrollar el turismo, esto a su vez tendría un gran impacto en la comunidad en general, pues la industria del turismo trae consigo grandes beneficios económicos en las regiones.

De la misma manera, podemos resaltar el aporte que el presente proyecto le brinda al desarrollo de los objetivos ODS, en primer lugar, tenemos, un aporte significativo al objetivo número 8 (Trabajo decente y crecimiento económico). Esto porque las comunidades se verán inmersas en el desarrollo de las empresas turísticas ya sea como propietarias o empleados, lo cual les brinda una

oportunidad de trabajo y una fuente de ingresos. Lo cual, a su vez, les permite llevar un sustento económico a sus familias y poder satisfacer sus necesidades.

En segundo lugar, podemos identificar un aporte al objetivo número 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) dicho aporte se verá reflejado en la sostenibilidad y oportunidad de desarrollo que la industria del turismo ofrece a los municipios, pues con la llegada de los turistas cada municipio puede invertir recursos en mejorar los servicios para conseguir brindar una mejor experiencia y así fomentar la llegada de más turistas y recursos.

Por último, el aporte que la presente investigación brinda a la profesión de administración de negocios internacionales es la información clara y precisa. Esta información puede ser instrumento para identificar oportunidades de negocios que se pueden desarrollar en torno al turismo, como por ejemplo empresas con paquetes turísticos, hoteles, restaurantes, entre otros.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar las capacidades de desarrollo turístico ecológico, religioso y cultural desde los ejes estratégicos socio económicos y financieros en los municipios de Puerres y Funes ubicados en la zona de frontera de Colombia Ecuador.

1.3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las capacidades del turismo ecológico, religioso y cultural de los municipios de Puerres y Funes
- Identificar las condiciones administrativas, técnicas, socio económicas y financieras del turismo ecológico, religioso y cultural de los municipios de Puerres y Funes.

- Diseñar estrategias de mejoramiento socio económico y financiero que permitan la articulación de los actores del turismo en los municipios Puerres y Funes ubicados en zona de frontera.

1.4 Marco referencial o fundamentos teóricos

1.4.1 Antecedentes

Se refiere a los trabajos o investigaciones previamente realizados que brindan apoyo directo a la presente investigación. A continuación, se presentan los estudios que respaldan la investigación

1.4.1.1 Internacionales. como aportes se presenta las siguientes investigaciones:

- **Aporte Internacional I.** Título: “Proyecto de Planificación Turística Potrero de los Funes” (p.1). Año 2011. Autores: Olguin Cristina Paola de la Universidad Empresarial Siglo 21.

1.4.1.2 Nacionales. En este aparte se citan los siguientes estudios.

- **Aporte Internacional I.** Título: “Propuesta para el desarrollo conjunto de proyectos de turismo rural entre la comunidad rural el sector terciario en el departamento de Nariño” (p.1). Autores: Mario Alejandro Vallejo Yacelga de la universidad Pontificia Javeriana en el año 2017.

- **Aporte Internacional II.** Título: “Mujeres emprendedoras del municipio de Puerres” (p.1). Autores: Aguirre, Erika, Marcela, Mantilla Oscar M., Jairo, Romelia Herazo, Patricia, Romo, Alexandra M., Yovani Vásquez, Javier. De la Universidad UNAD (Universidad Nacional Abierta a Distancia) en el año 2018.

- **Aporte Nacional III.** Título: “Plan de mercadeo para el posicionamiento del turismo en la región de Nariño” (p.1). Autores: Charfuelán, A., Caicedo Ana G., Castillo Calpa, Sarah M. de la Universidad Icesi en el año 2021.

1.4.1.3 Regionales. A continuación, se presenta las siguientes investigaciones.

- **Aporte Regional I. Título:** La música identidad cultural de una comunidad Municipio de Puerres Nariño **Autores:** Jenry Alverto Lopez Nastar, Libardo Calvache Lopez de la Universidad de Nariño 2012.

- **Aporte Regional II. Título:** “Esquema de ordenamiento territorial del municipio de Puerres” (p.1) **Autores:** Eduardo Albeiro Chaves Mora de la Universidad Fundación Patía del 2000.

- **Aporte Nacional III. Título:** “Desarrollo de una aplicación móvil para el posicionamiento comercial de las heladerías de Paila como parte del turismo gastronómico del municipio de Pasto” (p.1). **Autor:** Miller Fernelly Jaramillo Prado de la Universidad Mariana año 2023.

- **Aporte Nacional IV. Título:** “Fortalecimiento de la Cultura Ciudadana a partir de los Lugares Emblemáticos de la Ciudad de Pasto a través del Uso de Realidad Aumentada” (p.1). **Autores:** Daniel Sebastián Bravo Figueroa y Kevin Alexis Oviedo Ceballos de la Universidad Mariana en el año 2012.

1.4.1. Marco teórico

El turismo internacional es el desplazamiento de las personas de un país a otro con el propósito de realizar actividades turísticas, generando beneficios económicos y culturales tanto para los turistas como para los destinos turísticos. Alrededor del mundo existen muchos tipos de turismo, pues cada país aprovecha sus fortalezas naturales, culturales, sociales o económicas para brindar una experiencia agradable a los turistas.

A continuación, se presenta algunos de los tipos de turismo más importantes al alrededor del mundo; Turismo de Sol y Playa, Según Jafar (2021) un autor destacado en el campo del turismo, el Turismo de Sol y Playa se define como: “una forma de turismo que se basa en la atracción de destinos costeros y playas, donde los turistas buscan disfrutar de actividades recreativas y de ocio relacionadas con el sol, el mar y la playa” (p.1).

El Turismo Cultural; según Greg (2007), en su libro *Cultural Tourism*, se define como:

Una forma de turismo que se centra en la experiencia de la cultura, el patrimonio, las artes y las expresiones creativas de una comunidad o un país. Implica visitar lugares históricos, museos, galerías de arte, sitios arqueológicos, festivales, eventos culturales y participar en actividades que permitan a los turistas conocer y apreciar la riqueza cultural y las tradiciones del lugar que están visitando. (pp. 223-225)

Otro tipo de turismo que es bastante relevante a nivel internacional es el turismo de aventura. El turismo de aventura se define como una forma de turismo que implica actividades físicas y emocionantes que generalmente llevan a los turistas a entornos naturales o áreas remotas, donde pueden participar en actividades como senderismo, escalada, rafting, espeleología, buceo, entre otras. Estas actividades suelen implicar cierto grado de riesgo y desafío, lo que brinda a los turistas una experiencia emocionante y estimulante en contacto directo con la naturaleza y la aventura (Weaver, 2001).

También, existe el tipo de turismo alternativo. Según Jafar (2021), un autor bastante conocido por sus contribuciones al campo de la teoría del turismo y que ha escrito extensamente sobre el desarrollo del turismo y sus implicaciones, en su artículo “La cientificación del turismo” nos dice que existe un tipo de turismo alternativo y que esta forma de turismo está compuesta a su vez por varios tipos de turismo tales como turismo indígena, turismo adecuado, turismo responsable, turismo sensorial o sensitivo, turismo sostenido, turismo blando, ecoturismo, turismo de cabaña, turismo basado en la comunidad, turismo de pequeña escala, turismo controlado, turismo pueblo-a-pueblo, entre otras.

Por último, pero no menos importante, pues es uno de los tipos de turismo que más le aporta a la industria a nivel global. El turismo de entretenimiento, según Chris (2006), en su libro “*Why the Future of Business is Selling Less of More*” dice que “es el turismo que se centra en proporcionar experiencias de diversión y entretenimiento a los visitantes” (p.115). Este tipo de turismo se basa en la oferta de actividades y servicios que buscan brindar entretenimiento y ocio a los turistas, con el objetivo de crear experiencias memorables y atractivas.

El turismo de entretenimiento puede incluir una amplia gama de actividades, como visitas a parques temáticos, paseos en parques de atracciones, asistencia a eventos deportivos o culturales. Disfruta de actividades recreativas al aire libre, visitas a casinos, teatros, cines, conciertos, entre otros. Estas actividades están diseñadas para proporcionar diversión, emoción y entretenimiento a los turistas, y suelen ser un factor importante en la elección de un destino de viaje.

En coherencia con la investigación realizada por Gutiérrez y Reyes, (2017) se establece que “el turismo en Colombia es una de las actividades económicas más productivas y de crecimiento rápido aportando de manera significativa al sector económico, social, cultural y laboral” (p.8). Desde esta perspectiva, surge la necesidad de identificar y analizar el nivel competitivo de las regiones del pacífico y el caribe tanto como la forma en la cual los consumidores perciben estas zonas del territorio nacional, así como la motivación que subyace la decisión de compra.

La presente investigación se realizó con el fin de analizar las características significativas y ofertas turísticas de estos sectores teniendo en consideración la construcción de marca propuesta por Kotler (1998), analizando el comportamiento de los consumidores, determinando los factores cultural, social, personal, social y psicológico. Además, se pone de manifiesto la ley 300 de 1996, modificada por la ley 2068 de 2020 (Gutiérrez y Reyes, 2017), la cual establece seis tipos de turismo:

Ecoturismo, que es aquel desarrollado en zonas con un atractivo natural donde se busca el esparcimiento y la recreación en aquellas áreas, generando el mínimo impacto en los ecosistemas; etnoturismo, descrita como aquella actividad turística realizada en territorio de grupos étnicos buscando conocer su forma de vida, costumbre e historia de dichos grupos; agroturismo, es aquel donde el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas; ecoturismo, donde la motivación principal del turista son los servicios de alojamiento y recreación prestados en el desplazamiento fluvial o marítimo; turismo metropolitano, es aquella actividad turística realizada en las grandes urbes con fines culturales, educativos y recreativos; también se encuentra el turismo de interés social. (Ley 300 de 1966, citado por Gutiérrez y Reyes, 2017, p.13)

En este sentido, para un óptimo rendimiento en el análisis de la información se optó por hacer uso de encuestas; las cuales, muestran que existe una preferencia por la región caribe como un destino para vacacionar; de igual forma la toma de decisiones también depende del hito de desarrollo de los encuestados (edad), por ejemplo, los jóvenes prefieren lugares de difícil acceso, la biodiversidad, un bajo presupuesto sin que prime sobre la decisión la comodidad y el lujo. Por otra parte, se encuentran respuestas orientadas a elegir lugares que transmiten calma y tranquilidad, es decir, decisiones que estén enfocadas en buscar ciudades no son una atracción significativa para los encuestados. Desde esta perspectiva, se identifica que un factor importante para elegir un lugar turístico es la cultura y los paisajes; en el caso de la región del pacífico la cultura y la comida tradicional y en el Caribe, los paisajes.

Desde otra perspectiva, Caro y Aya (2019), plantearon un estudio titulado Comportamiento del Turismo en Colombia Después de la Firma del Acuerdo de Paz con las FARC, en este estudio se hace hincapié en que [...] el impacto del turismo en el mundo ha sido objeto de estudio ya que se le atribuyen una gran serie de costos y beneficios para la economía de los países. Esta investigación analiza el impacto económico, sociocultural y ambiental que tiene el turismo en los países, concluyendo su trabajo con un marco general que permite evaluar el impacto que tiene el turismo en la economía de un país, teniendo en cuenta que el conflicto colombiano ha tenido un impacto significativo en la industria del turismo durante décadas.

La presencia de grupos guerrilleros como las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia) genera inseguridad en muchas zonas rurales y remotas del país, lo que desalienta a los turistas a visitar estas zonas. Los incidentes violentos y el riesgo percibido limitan el crecimiento del turismo y dejan a muchas comunidades económicamente marginadas, también, es pertinente mencionar que las comunidades con la contribución del turismo logran diversificar sus fuentes de ingresos, crear empleos y mejorar infraestructura.

Al respecto, si bien el municipio de Puerres y Funes no han sufrido directamente las consecuencias de la violencia armada, el panorama anteriormente mencionado nos ayuda a entender cómo estos lugares pueden innovar y ser reconocidos mediante los corredores turísticos.

Para brindar otra mirada, en coherencia con lo expuesto por Serrano, Montoya y Amado (2021), en la construcción de su artículo científico titulado *La competitividad Turística, una Aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia*, muestra el resultado de la investigación desarrollada por el grupo CERES con el objetivo de la revisión de diferentes modelos de competitividad turística para implementarlos en la Provincia de Sugamuxi, centro de la investigación.

Para este fin se planteó una metodología cualitativa con un método de análisis documental para destacar los estudios y modelos de competitividad más relevantes para la implementación mediante la aplicación del modelo de Crouch y Ritchie (1999) con los cuales se identificaron los factores más importantes para esta región. Dentro de los resultados se muestran fortalezas como el tipo de turismo natural que se genera y dentro de las debilidades la falta de asociación por parte de los actores que intervienen en el sector turístico, encontrando como grandes retos la infraestructura, la información, organización y lazos del mercado, estas debilidades se tienen que mejorar puesto que el sector turístico se está proyectando como clase mundial.

Al respecto, esta investigación pretende identificar fortalezas en municipios que hacen parte de zonas rurales del departamento de Nariño, en las cuales se logra identificar zonas naturales que son fuente de turismo en la región.

Por otra parte, se encuentra el estudio realizado por Jiménez y Morales (2020), el cual se encuentra enfocado en identificar las nuevas oportunidades de negocio que cumplan con la satisfacción de necesidades; por ejemplo, el conocer nuevas culturas y regiones, las motivaciones por las cuales una persona decide desplazarse a otro lugar diferente a su lugar de origen activa los índices de lo que se denomina el sector turismo. Además, este estudio pretende mostrar qué ha sucedido en la última década enmarcada en el año 2020, en la cual se identifica que el turismo ha experimentado un notorio crecimiento y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez, siendo un motor clave para el desarrollo del país (Jiménez y Morales, 2020).

De acuerdo con lo establecido por Jiménez y Morales (2011), hoy en día existen países donde el turismo es una de las principales fuentes de ingresos, todas aquellas zonas donde se desarrolla el

turismo tienen impactos económicos positivos, por ello, cada vez más los países realizan esfuerzos por promocionarse como destinos turísticos y ofrecer productos y servicios únicos (Jiménez y Morales, 2020).

En este orden de ideas, también se encuentra un estudio relacionado realizado por Murillo (2011) titulado “Turismo y Producto Turístico. Evolución, Concepto, Componentes y Clasificación” (p.1), en el cual se desarrolló un estudio estratégico de las organizaciones del turismo y a la formulación de políticas turísticas en donde se hace necesario e ineludible un previo estudio de la actividad turística en la región.

En ese sentido, fue preciso presentar una revisión bibliográfica que muestre la evolución de la actividad turística, sus formas y clasificación, así como la concepción y composición del producto turístico. En este contexto, el carácter interdisciplinario del turismo se considera fundamental para contribuir a su evolución, por otro lado, les ha conferido cierta complejidad a las formas del turismo y al producto turístico. Luego de una larga evolución, el turista define al producto turístico desde un perfil psico-sociológico, para ser concebido en la actualidad a través de las motivaciones particulares de viaje, percepciones y experiencias.

Es así como entre los hallazgos de este estudio se encontró que los factores influenciadores en la actividad turística son: I) Factores económicos como los incrementos en el nivel de vida e ingresos en la población que es emisora de la actividad turística. II) Factores tecnológicos usados en los medios de información y transporte. III) Factores políticos y sociales como la eliminación de las barreras para los desplazamientos internacionales y para el funcionamiento de los servicios de transporte y comunicación, atenuación de conflictos políticos y bélicos, por características étnicas, religión, cultura y otras, así como la dotación de seguridad física y mental para los viajeros. IV) Cambios demográficos como el envejecimiento de la población, reducción de la población activa con mayor disponibilidad de tiempo, cambios en los estilos de vida y creciente congestión de las localidades urbanas; V) Efectos de la globalización.

Frente a lo mencionado anteriormente, es pertinente aludir a la necesidad de identificar cuáles son las dinámicas demográficas, sociales y ambientales de los territorios de los municipios de

Puerres y Funes para identificar fortalezas y debilidades, de igual manera para lograr marcar un camino que propendan por la activación del sector turismo en estos lugares.

1.4.2 Marco conceptual

El presente proyecto se llevará a cabo en los municipios de Puerres y de Funes del departamento de Nariño.

Figura 1

División política de Puerres



Fuente: Página de la Alcaldía de Puerres, 2022.

1.4.2.1 La división política de Puerres.

- **Corregimientos:** Monopamba, El Páramo, San Mateo.
- **Veredas:** Chitamar Alto, Chitamar Bajo, Desmontes Alto, Desmontes Bajo, El LLano, El Pailón, El Rosal, El Verde, La Chorrera, La Esperanza, La Hacienda, La Laguna, La Playa, Loma Larga, Loma Redonda, Los Arrayanes, Maicira, Palos Verdes, Quebrada Blanca, San Miguel, Tescual Alto, Tescual Bajo, Tres cruces, Yanalé.

Según Proyecciones del DANE (2023) citado por Telencuestas (2023), Puerres es uno de los 64 municipios del departamento de Nariño, Colombia. De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2023 Puerres tiene 8,854 habitantes: 4,525 mujeres (51.1%) y 4,329 hombres (48.9%). Los habitantes de Puerres representan el 0.52% de la población total de Nariño en 2023 (párr. 1)

La economía del municipio de Puerres es diversificada basada en diversas actividades económicas que sustentan la vida de sus habitantes. Algunas de las actividades económicas más relevantes en Puerres incluyen: la agricultura que desempeña un papel fundamental en la economía de Puerres. Los agricultores locales cultivan una variedad de productos agrícolas, como maíz, papa, cebolla, tomate, frutas y hortalizas. Además, la producción de café es una actividad importante en la región, contribuyendo significativamente a los ingresos de los agricultores en el Municipio de Puerres, Nariño. En este hermoso rincón de Colombia no sólo se respira la belleza del paisaje, sino que también se disfruta de la autenticidad de su cultura a través de irresistibles delicias culinarias. Desde coloridas ventas de alimentos en sitios turísticos hasta acogedoras panaderías que despiertan los sentidos, cada rincón gastronómico de Puerres es una invitación a explorar los sabores tradicionales de la región.

Figura 2

Virgen de Fátima municipio de Puerres



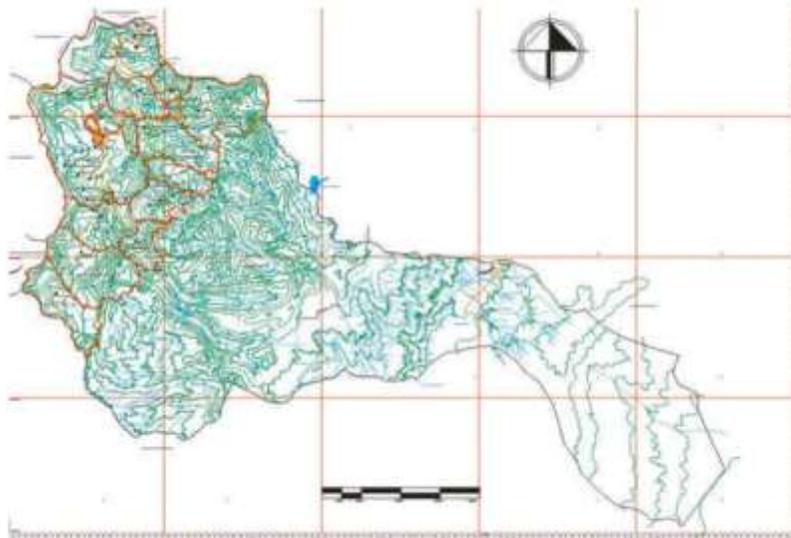
Comercio: El comercio minorista y la venta de productos locales son actividades económicas significativas en la cabecera municipal de Puerres. Los habitantes locales operan tiendas, mercados y pequeños negocios que ofrecen una variedad de productos de consumo diario. **Servicios y Empleo Público:** En la cabecera municipal de Puerres, el empleo en el sector público y la prestación de servicios gubernamentales también generan empleo y contribuyen a la economía local.

El municipio de Puerres en el departamento de Nariño, Colombia, cuenta con diversas actividades culturales y festivas que reflejan la rica tradición cultural y religiosa de la región. Algunas de las principales festividades y eventos culturales en Puerres son: las Fiestas Patronales en Honor al Señor de los Milagros, patrono de los puerreños, celebradas en el mes de noviembre.

- **Municipio de Funes.**

Figura 3

División política de Funes Nariño



Fuente: Alcaldía Municipal, Funes, (s.f).

Funes es un municipio ubicado en la Región Fisiográfica de Nariño en Colombia. Consta de 7 corregimientos que se encuentran descritos en el Canal de territorios en este sitio web en Corregimientos. El territorio de Funes es bastante extenso y montañoso, ya que se encuentra en la región andina donde convergen dos regiones naturales: la zona andina de la cordillera centro-oriental y la vertiente oriental Andina. En el municipio se encuentran casi todos los pisos térmicos, desde el cálido hasta el páramo. Debido a su ubicación geográfica, Funes tiene un paisaje montañoso que se divide en tres subpaisajes característicos. El primero es el Cañón del Río Guitara, que tiene alturas que van desde los 1700 hasta los 3000 metros sobre el nivel del mar. También hay montañas andinas con alturas comprendidas entre 1000 y 3000 metros sobre el nivel del mar (Enríquez, 2019).

El área de Jurisdicción político-administrativa del municipio de Funes es de aproximadamente 70 hectáreas. En número de habitantes resaltando porcentaje de hombres y mujeres. Según el DANE (2022) citado por Telencustas (2023):

Funes es uno de los 64 municipios del departamento de Nariño, Colombia. De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2022 Funes tenía 7,429 habitantes: 3,741 mujeres (50.4%) y 3,688 hombres (49.6%). Los habitantes de Funes representaban el 0.44% de la población total de Nariño en 2022. (p.1)

Según Enríquez (2019), el municipio de Funes, ubicado en el departamento de Nariño, Colombia, se caracteriza por una variedad de actividades económicas que sustentan la vida de sus habitantes.

Según el plan de desarrollo municipal, la agricultura es una parte fundamental de la economía de Funes. Los agricultores locales cultivan una variedad de productos agrícolas, como maíz, papa, cebolla, tomate, yuca y frutas tropicales. El café es también un cultivo importante en la región.

Según Enríquez (2019), indica que la cría de ganado bovino y ovino es una actividad común en Funes. Los ganaderos proveen carne, leche y productos derivados, contribuyendo significativamente a la economía local.

Comercio: Según el plan de desarrollo municipal, el comercio minorista desempeña un papel vital en la economía de Funes. Tiendas, mercados y pequeños negocios locales ofrecen una amplia gama de productos y servicios para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Artesanía: Según Enríquez (2019), la producción de artesanías, como tejidos, cerámica y objetos decorativos, es una fuente adicional de ingresos para algunos habitantes de Funes. Estos productos suelen venderse en mercados locales y a turistas.

Turismo: Según el plan de desarrollo municipal, aunque en menor medida que otras actividades, el turismo está creciendo en Funes debido a su belleza natural y cultural. Los visitantes pueden disfrutar de los ríos, festivales y paisajes montañosos como los que se pueden apreciar en la siguiente imagen, que atraen a turistas locales e internacionales.

Figura 4

Paisaje Natural Municipio de Funes



Fuente: Alcaldía de Funes, s.f.

Es importante destacar que la economía de Funes puede ser variable y depende en gran medida de factores como el clima, los precios de los productos agrícolas y la demanda local y nacional.

Además, las actividades económicas pueden evolucionar con el tiempo a medida que la comunidad se adapta a cambios en el entorno económico y las oportunidades de desarrollo.

El municipio de Funes en Nariño, Colombia, es conocido por su rica tradición cultural y celebraciones festivas que combinan elementos religiosos y culturales. Todas estas celebraciones se llevan a cabo en la plaza principal que se muestra en la siguiente imagen.

Figura 5

Iglesia inmaculada concepción de Funes



Fuente: Alcaldía de Funes, s.f.

A continuación, se mencionan algunas de las actividades culturales y festivas más destacadas en Funes:

Fiesta de San Pedro: en el mes de junio los días 28 y 29 se celebra una de las fiestas culturales de mayor acogida por toda la comunidad del sector urbano y rural que es la fiesta de San Pedro que se lleva a cabo el 29 de junio, donde se realizan múltiples eventos entre los que se encuentran novenas, por ejemplo.

Fiesta del señor de la Buena Esperanza: Es una de las fiestas más importantes para la comunidad religiosa del municipio, que se celebra terminando el mes de mayo en los días 29 y 30 en la capilla del señor de la Buena Esperanza. A continuación, se muestra una imagen donde los peregrinos celebran este importante evento religioso y cultural.

Carnaval de Negros y Blancos: Aunque la celebración principal de este famoso carnaval tiene lugar en la ciudad de Pasto, que está cerca de Funes, muchos habitantes de Funes participan en esta festividad multicolor. El carnaval se lleva a cabo a principios de enero y presenta desfiles, música, bailes y la tradicional pintura de caras con tinte negro y blanco.

Semana Santa: La Semana Santa es una celebración religiosa importante en Funes, como en muchas otras partes de Colombia. Durante esta semana, se realizan procesiones y representaciones teatrales de la pasión y muerte de Jesucristo. Las actividades religiosas son una parte central de la vida cultural de la comunidad.

Estas festividades culturales y religiosas reflejan la diversidad y la tradición de la comunidad en Funes, Nariño, y son momentos importantes para la cohesión social y la celebración de la identidad local. Es importante tener en cuenta que las fechas y detalles específicos de estas celebraciones pueden variar de un año a otro, por lo que se recomienda verificar la información actualizada si se planea participar en alguna de estas actividades.

1.4.3 Marco contextual

Las normas internacionales son un conjunto de políticas que regulan, estandarizadas, limitan los comportamientos, los derechos y deberes tanto de los turistas, como de la industria turística a nivel mundial.

Para empezar, se debe mencionar que el sector turístico Según Hosteltur (2015, 28 de mayo). cuenta con 21 normas internacionales ISO, fruto del acuerdo con 58 países, que han nacido del conocimiento de expertos nacionales e internacionales que han trabajado en la redacción de los requisitos durante diez años en el seno del Comité de Turismo Internacional 228 de la ISO.

Las normas ISO son un conjunto de herramientas que se emplean dentro de las organizaciones para garantizar que los productos o servicios cumplen con los requisitos de calidad del cliente.

En cuanto al turismo internacional, las normas ISO están en cada paso del camino, a continuación, se procede a presentar toda la información que se pudo levantar sobre las normas más importantes de la manera más clara posible sobre las ISO que garantizan la calidad en el turismo internacional (Hosteltur, 2015).

ISO 13810 Turismo industrial. La revista Calidad turística (2017, dice que; la Norma de Calidad Turística UNE-ISO 13810 es:

Una herramienta de gestión creada específicamente para el sector de turismo industrial. Está orientada a la certificación de las visitas guiadas o autoguiadas en establecimientos turísticos, que muestren al visitante uno o varios procesos productivos del presente como industria en funcionamiento o del pasado como la arqueología industrial. (p.1)

ISO 20611 Aventuras sostenibles. (Instituto de Normas Técnicas en Costa Rica) (INTECO 2019) afirma que; “la norma proporciona los requisitos y recomendaciones para proveedores de actividades de turismo de aventura sobre buenas prácticas para la sostenibilidad (aspectos ambientales, sociales y económicos) para las actividades que ejecutan en el ambiente” (párr. 1).

ISO 21101 Gestión de la seguridad en el turismo de aventura. Según INTECO (2019) describe:

Los requisitos de un sistema de gestión de la seguridad para los proveedores de actividades de turismo de aventura. La norma establece los requisitos generales para los aspectos contractuales de los servicios y de las actividades de turismo de aventura que se ofrecen a los participantes y otras partes interesadas. (párr. 10)

ISO 18065 Servicios turísticos en áreas protegidas. Según Gencat, (2017), la norma de calidad “regula el uso público de los espacios naturales del Estado español, establece los requisitos

que deben cumplir las instalaciones y los servicios de uso público que se ofrecen en los espacios naturales protegidos” (p.1).

ISO 22525 Turismo de salud. El Grupo ACMS (grupo de consultora español) (2020, 8 de octubre), afirma que;

El turismo médico está experimentando un crecimiento saludable: casi un cuarto de millón de pacientes cruzó fronteras para recibir tratamiento solo el año pasado. Desde los controles dentales hasta la cirugía estética y los procedimientos que salvan vidas, la norma ISO 22525 regula este sector. (párr. 1)

ISO 21103 Información para participantes en actividades de turismo de aventura según INTENCO (2019) esta norma internacional especifica los requisitos mínimos de la información que se debe proporcionar a los participantes antes, durante y después de las actividades de turismo aventura.

Serie ISO 13687 Puertos deportivos. AENOR (2018,) (Revista de la evaluación del a conformidad) afirma que, “la norma regula las instalaciones náutico-deportivas que operan en puertos con embarcaciones comerciales y no comerciales” (p.1).

ISO 13970 Formación de guías de buceo. Según Océánica (s.f) (escuela de buceo de Argentina) “la norma específica los requisitos mínimos para las organizaciones de formación que ofrecen programas de formación de iniciación al buceo para no buceadores” (p.1).

ISO 21401 Alojamiento turístico sostenible. Control Unión España (s.f.), afirma que; “la norma proporciona los requisitos para un sistema de gestión de la sostenibilidad en aquellos alojamientos turísticos que deseen implementar y desarrollar una política y objetivos sostenibles en la gestión de sus actividades, productos y servicios” (p.1).

ISO 14785 Oficinas de información turística. La aerolínea LATAM; nos dice que, “la norma establece una serie de requisitos de calidad para los servicios prestados por las oficinas de

información turística de cualquier tipo y tamaño, ya sean públicas o privadas, incrementando sus oportunidades de expansión en el mercado y mejorando la capacidad de resolución de incidencias y atención al cliente”.

ISO 20488 Opiniones de consumidor online. AENOR (2018), nos dice que, “la norma los requisitos y las recomendaciones de los principios y métodos que deben aplicar los gestores del turismo en línea.

Las normas de turismo a nivel nacional, es el conjunto de normas que regulan el turismo en Colombia, ya sean empresas o turistas nacionales o extranjeros.

En Colombia la entidad legal con personería jurídica FONTUR es la encargada de regular y administrar el turismo en el territorio colombiano. Según la página oficial de FONTUR, la entidad se encarga de articular de los actores públicos, privados y las comunidades locales, en torno a la política de turismo para el apalancamiento de la inversión, la definición y ejecución de proyectos de impacto, contribuyendo al desarrollo sostenible de la industria turística y a la paz en Colombia. A continuación, se procede a presentar las normas más importantes que regulan el turismo en el territorio nacional.

Resolución 3068 de 2015 (2015, 28 de diciembre) El ministerio de industria y turismo nos dice sobre esta norma que está “reglamenta el cumplimiento de normas técnicas para el turismo de aventura y el turismo sostenible” (p.1).

Decreto número 355 del 2017, (2017,3 de marzo) “reglamenta la conformación y el funcionamiento del consejo nacional de seguridad nacional turística y los comités departamentales de seguridad turística” (p.1).

Decreto número 229 del 2017 (2017, 14 de febrero), “por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo” (p.1).

La ley 2069 del 2020. El Congreso de la República nos dice que esta ley tiene por objeto “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad” (p.1).

La Resolución número 0700 del 15 de julio del 2021, esta norma es muy importante porque es obligatoria en el territorio nacional dentro del servicio de hotelería. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo nos dice lo siguiente sobre esta norma: “la presente resolución tiene por objeto, implementar la tarjeta de registro de alojamiento, determina la información que debe contener y los aspectos relacionados con su diligenciamiento” (p.1).

El Ministerio de Industria y Turismo es una entidad del gobierno nacional que se encarga de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones. A continuación, se presentan los decretos más actualizados que se encuentran en la página oficial del ministerio en cuestión.

La ley general del turismo o Ley 300 de 1996 (1996, 30 de julio). Esta ley reconoce, como ya lo había hecho el decreto 2700 de 1968, el papel que juega el turismo como industria fundamental para el desarrollo del país. Dentro de los principales aportes de la Ley General de Turismo, al proceso del desarrollo turístico en el ámbito regional, se pueden mencionar:

Apoyo local en la dotación a esas áreas de servicios públicos e infraestructura básica de acuerdo con los planes maestros distritales o municipales y establecer programas de asistencia técnica y asesoría a las entidades territoriales.

Ley 1101 de 2006. (2006, 22 de noviembre). Permite identificar las nuevas necesidades y retos que se demandan por la región, uno de los aspectos más importantes de esta reforma es; definir los recursos que se destinarán para la promoción y la competitividad del sector: recursos de la explotación de los activos de la Corporación Nacional de Turismo, explotación de marcas, recursos provenientes del presupuesto general de la Nación y de PROEXPORT, entre los más significativos.

1.4.4 Marco legal

Las normas internacionales son un conjunto de políticas que regulan, estandarizadas, limitan los comportamientos, los derechos y deberes tanto de los turistas, como de la industria turística a nivel mundial.

Para empezar, se debe mencionar que el sector turístico cuenta con 21 normas internacionales ISO, fruto del acuerdo con 58 países, que han nacido del conocimiento de expertos nacionales e internacionales que han trabajado en la redacción de los requisitos durante diez años en el seno del Comité de Turismo Internacional 228 de la ISO. Según Hosteltur. (2015, 28 de mayo).

Las normas ISO son un conjunto de herramientas que se emplean dentro de las organizaciones para garantizar que los productos o servicios cumplen con los requisitos de calidad del cliente.

En cuanto al turismo internacional, las normas ISO están en cada paso del camino, a continuación, se procede a presentar toda la información que se pudo levantar sobre las normas más importantes de la manera más clara posible sobre las ISO que garantizan la calidad en el turismo internacional.

ISO 13810 Turismo industrial. La revista Calidad Turística (2022), dice que; la Norma de Calidad Turística UNE-ISO 13810 “es una herramienta de gestión creada específicamente para el sector de turismo industrial. Está orientada a la certificación de las visitas guiadas o autoguiadas en establecimientos turísticos, que muestren al visitante uno o varios procesos productivos del presente como industria en funcionamiento o del pasado como la arqueología industrial”.

ISO 20611 Aventuras sostenibles. INTECO (2019) (Instituto de Normas Técnicas en Costa Rica) afirma que; “la norma proporciona los requisitos y recomendaciones para proveedores de actividades de turismo de aventura sobre buenas prácticas para la sostenibilidad (aspectos ambientales, sociales y económicos) para las actividades que ejecutan en el ambiente” (p.1).

ISO 21101 Gestión de la seguridad en el turismo de aventura. Según CALIDAR (2021). (Una empresa de asesoría en calidad) la ISO 21101

Describe los requisitos de un sistema de gestión de la seguridad para los proveedores de actividades de turismo de aventura. La norma establece los requisitos generales para los aspectos contractuales de los servicios y de las actividades de turismo de aventura que se ofrecen a los participantes y otras partes interesadas” (p.1).

ISO 18065 Servicios turísticos en áreas protegidas. Según Gencat, (2017) la norma de calidad regula “el uso público de los espacios naturales del Estado español, establece los requisitos que deben cumplir las instalaciones y los servicios de uso público que se ofrecen en los espacios naturales protegidos” (p.1).

ISO 22525 Turismo de salud. El Grupo ACMS, Consultora (2020, 8 de octubre), afirma que:

El turismo médico está experimentando un crecimiento saludable: casi un cuarto de millón de pacientes cruzó fronteras para recibir tratamiento solo el año pasado. Desde los controles dentales hasta la cirugía estética y los procedimientos que salvan vidas, la norma ISO 22525 regula este sector. (p.1)

ISO 21103 Información para participantes en actividades de turismo de aventura según INTENCO (2019) (Instituto de Normas Técnicas en Costa Rica) esta norma internacional especifica los requisitos mínimos de la información que se debe proporcionar a los participantes antes, durante y después de las actividades de turismo aventura.

Serie ISO 13687 Puertos deportivos. AENOR (2018) (Revista de la evaluación del a conformidad) afirma que, “la norma regula las instalaciones náutico-deportivas que operan en puertos con embarcaciones comerciales y no comerciales” (p.1).

ISO 13970 Formación de guías de buceo. Según Oceánica (s.f.) (escuela de buceo de Argentina) “la norma especifica los requisitos mínimos para las organizaciones de formación que ofrecen programas de formación de iniciación al buceo para no buceadores” (p.1).

ISO 21401 Alojamiento turístico sostenible. Control Unión España (s.f.), afirma que; “la norma proporciona los requisitos para un sistema de gestión de la sostenibilidad en aquellos alojamientos turísticos que deseen implementar y desarrollar una política y objetivos sostenibles en la gestión de sus actividades, productos y servicios” (p.1).

ISO 14785 Oficinas de información turística. La Aerolínea LATAM (s.f.); nos dice que:

La norma establece una serie de requisitos de calidad para los servicios prestados por las oficinas de información turística de cualquier tipo y tamaño, ya sean públicas o privadas, incrementando sus oportunidades de expansión en el mercado y mejorando la capacidad de resolución de incidencias y atención al cliente. (párr.1)

ISO 20488 Opiniones de consumidor online. AENOR (2018), nos dice que, “la norma los requisitos y las recomendaciones de los principios y métodos que deben aplicar los gestores del turismo en línea” (p.1).

Las normas de turismo a nivel nacional, es el conjunto de normas que regulan el turismo en Colombia, ya sean empresas o turistas nacionales o extranjeros.

En Colombia la entidad legal con personería jurídica FONTUR es la encargada de regular y administrar el turismo en el territorio colombiano. Según la página oficial de FONTUR, la entidad se encarga de articular de los actores públicos, privados y las comunidades locales, en torno a la política de turismo para el apalancamiento de la inversión, la definición y ejecución de proyectos de impacto, contribuyendo al desarrollo sostenible de la industria turística y a la paz en Colombia. A continuación, se procede a presentar las normas más importantes que regulan el turismo en el territorio nacional.

Resolución 3068 del 28 de diciembre de 2015. 2015 (2015, 28 de diciembre) El ministerio de industria y turismo nos dice sobre esta norma que está “reglamenta el cumplimiento de normas técnicas para el turismo de aventura y el turismo sostenible” (p.1).

El decreto número 355 del 2017. (2017,3 de marzo) reglamenta “la conformación y el funcionamiento del consejo nacional de seguridad nacional turística y los comités departamentales de seguridad turística” (p.1).

El decreto número 229 del 2017. (2017, 14 de febrero), por el cual “se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo” (p.1).

El Decreto número 2158 del 2017. (2017, 20 de diciembre), por el cual se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social.

Ley 2068 del 2020. (2020, 31 de diciembre). Según el Congreso de Colombia, la presente ley tiene por objeto:

Fomentar la sostenibilidad implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector. (p.1)

La ley 2069 del 2020. (2020, 31 de diciembre). El Congreso de la República nos dice que esta ley tiene por objeto “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad” (p.1).

La Resolución número 0700 del 2021 (2021, 15 de julio), esta norma es muy importante porque es obligatoria en el territorio nacional dentro del servicio de hotelería. El Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo nos dice lo siguiente sobre esta norma: “la presente resolución tiene por objeto, implementar la tarjeta de registro de alojamiento, determina la información que debe contener y los aspectos relacionados con su diligenciamiento” (p.1).

El Ministerio de Industria y Turismo es una entidad del gobierno nacional que se encarga de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones. A continuación, se presentan los decretos más actualizados que se encuentran en la página oficial del ministerio en cuestión.

Norma técnica NTS-TS sectorial colombiana 005. (2023, 24 de febrero), según un artículo publicado por la universidad externado de Colombia, “esta norma técnica sectorial establece los requisitos de sostenibilidad en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos que deben cumplir las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico”.

La ley general del turismo Ley 300 de 1996 (1996, 30 de julio). Esta ley reconoce, como ya lo había hecho el decreto 2700 de 1968, el papel que juega el turismo como industria fundamental para el desarrollo del país. Dentro de los principales aportes de la Ley General de Turismo, al proceso del desarrollo turístico en el ámbito regional, se pueden mencionar:

Apoyo local en la dotación a esas áreas de servicios públicos e infraestructura básica de acuerdo con los planes maestros distritales o municipales y establecer programas de asistencia técnica y asesoría a las entidades territoriales.

Ley 1101 de 2006. (2006, 22 de noviembre), permite identificar las nuevas necesidades y retos que se demandan por la región, uno de los aspectos más importantes de esta reforma es; definir los recursos que se destinarán para la promoción y la competitividad del sector: recursos de la explotación de los activos de la Corporación Nacional de Turismo, explotación de marcas, recursos provenientes del presupuesto general de la Nación y de PROEXPORT, entre los más significativos.

1.5 Metodología

1.5.1 Paradigma de investigación

Paradigmas mixtos. Los paradigmas mixtos son enfoques de investigación que combinan tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Estos paradigmas implican procesos sistemáticos y críticos de recolección y análisis de datos, con el objetivo de obtener una comprensión más completa de un fenómeno. En los métodos mixtos, al menos un componente cuantitativo y uno cualitativo se integran en un mismo estudio o proyecto de investigación. Esto permite obtener una visión más amplia y profunda, ya que los datos cuantitativos proporcionan información objetiva y numérica, mientras que los datos cualitativos exploran las experiencias y significados subjetivos de los participantes.

Al combinar ambos enfoques, se pueden obtener resultados más sólidos y significativos, ya que se complementan mutuamente. La integración y discusión conjunta de los datos cuantitativos y cualitativos enriquece el análisis y permite una comprensión más contextualizada del fenómeno estudiado. En resumen, los paradigmas mixtos son una valiosa herramienta de investigación que permite obtener una perspectiva más completa y holística de los fenómenos, al combinar diferentes enfoques y aprovechar las fortalezas de cada uno.

1.5.2 Enfoque de investigación

El método empírico-analítico se basa en la experimentación y la lógica empírica. Junto a la observación de fenómenos y sus análisis estadísticos. Su aporte como interlocutor social democrático al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia; posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección de las sensaciones con la suficiente percepción, a través de procedimientos prácticos y diversos medios de estudio. En resumen, el enfoque empírico-analítico se basa en la observación directa de la realidad y en la lógica empírica. Permite obtener conocimiento a partir de la experiencia y la recolección de datos empíricos, y es ampliamente utilizado en las ciencias sociales y las matemáticas.

1.5.3 Tipo de investigación

Investigación descriptiva. La investigación descriptiva se enfoca en describir las características de la población que se está estudiando. Su objetivo principal es responder al "qué" en lugar del "por qué" del sujeto de investigación. En otras palabras, la investigación descriptiva busca describir la naturaleza de un segmento demográfico sin profundizar en las razones detrás de un fenómeno específico.

La investigación descriptiva utiliza instrumentos como encuestas y observaciones para recopilar datos. Estos datos se analizan para identificar patrones, rasgos y comportamientos en la población estudiada. También se pueden medir tendencias a lo largo del tiempo utilizando técnicas estadísticas. En resumen, la investigación descriptiva se centra en describir las características de una población sin profundizar en las razones detrás de un fenómeno. Proporciona una visión general y descriptiva de un tema de investigación, lo que puede ser útil para comprender la naturaleza de un mercado o grupo demográfico específico.

1.5.4 Método de investigación

Es un método de investigación y razonamiento que implica la aplicación de un conjunto de reglas lógicas para llegar a conclusiones específicas a partir de premisas o principios generales. En este método, se comienza con una premisa general o una teoría amplia y se avanza hacia conclusiones más específicas.

El método deductivo implica una estructura lógica, donde las conclusiones se derivan necesariamente de premisas. Es importante señalar que este método no añade nueva información, sino que se basa en lo que ya se sabe para llegar a conclusiones específicas.

1.5.5 Fuentes primarias de información

Se refieren a las fuentes originales y directas de datos e información utilizadas en investigaciones y estudios. Estas fuentes se crean o generan por primera vez y no han sido modificadas ni

interpretadas por otros. Las fuentes primarias de datos pueden incluir, entre otras, documentos escritos, grabaciones de audio, encuestas, experimentos, observaciones directas y entrevistas.

En el presente estudio, las fuentes de información primaria será el resultado de la aplicación de instrumentos tales como: encuestas, entrevistas y observación. Estas fuentes son necesarias para obtener información original y confiable en la investigación.

1.5.6 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Fuentes de información secundaria. Son recursos que recopilan y presentan datos e información existente recopilados previamente por otras personas u organizaciones. Estas fuentes no generan información original, sino que recopilan, resumen, interpretan o sintetizan datos de fuentes primarias para proporcionar una descripción general o un análisis de un tema específico.

2 Presentación de resultados

El turismo religioso ha surgido como un fenómeno y alternativa importante en el panorama turístico mundial, que enriquece no solo la experiencia turística, sino también la comprensión de la dinámica sociocultural y económica de las comunidades locales. En este contexto, esta tesis se centra en un estudio detallado del turismo religioso en los municipios de Puerres y Funes, ubicados en el departamento de Nariño, Colombia.

El principal objetivo de este estudio es investigar y comprender las percepciones, experiencias y expectativas de los principales actores del turismo religioso en estos dos municipios. Para lograr este objetivo, se llevó a cabo una encuesta rigurosa que incluyó una muestra representativa de actores locales, proveedores de servicios turísticos y visitantes frecuentes de sitios religiosos de la región. Puerres y Funes como áreas de estudio se basan en su riqueza histórica, cultural y religiosa y su potencial para el desarrollo turístico sostenible. Ambos municipios albergan diversos sitios y festivales religiosos que atraen a peregrinos y turistas de diferentes partes del país y del extranjero y tienen un impacto significativo en la economía local y la vida cotidiana de los residentes.

Analizando las respuestas recogidas en las encuestas, este estudio pretende ofrecer una visión panorámica de las percepciones y realidades del turismo religioso en Puerres y Funes e identificar oportunidades de mejora, retos y posibles estrategias para incrementar el turismo. Inclusivo, sostenible y alineado con las comunidades locales. Finalmente, se espera que los resultados y recomendaciones de este trabajo enriquezcan el debate académico sobre el turismo religioso en un contexto regional específico y la formulación de políticas y acciones específicas encaminadas al desarrollo integral y responsable de este turismo en Nariño.

2.1 Análisis del Macro Entorno Turísticos (PESTEL)

El contexto macro entorno turístico de Colombia se ve afectado por varios elementos externos que impactan tanto la atracción del país como lugar de interés, como la habilidad de su sector turístico para crecer de forma sostenible y competitiva.

En un mundo que está gobernado por las tácticas geopolíticas las guerras y enfrentamientos externos suelen incrementar la sensación de riesgo y crean un clima de incertidumbre a nivel mundial. Esto podría disminuir la inclinación de los turistas a realizar viajes, particularmente a lugares considerados inseguros o políticamente inestables, lo que podría impactar a Colombia si se percibe de ello.

2.1.1 Procesamiento de la información Ubicación de los municipios.

A Continuación, se describen aspectos relevantes de los municipios de Puerres y Funes que pertenecieron a la exprovincia de Obando.

Figura 6

Subregiones del departamento de Nariño



Fuente: Gobernación de Nariño, s.f.

- **Puerres.** El municipio de Puerres se encuentra en el departamento de Nariño, en el suroeste de Colombia. Está ubicado en la región andina del país, limitando al norte con el municipio de Imués, al sur con el municipio de Policarpa, al este con el municipio de Cumbal y al oeste con el municipio de Potosí. Puerres es parte de la subregión del Telembí.

Figura 7

Municipio de Puerres



Fuente: Alcaldía Municipal de Puerres, s.f.

- **Funes.** es un encantador municipio ubicado en el departamento de Nariño, Colombia. El municipio se destaca por su rica historia y su hermosa geografía montañosa. Se encuentra ubicado en el suroccidente de Colombia, limitando al norte con Pasto y Tangua, al sur con Puerres y El Contadero, al occidente con Iles e Imues, y al oriente con el departamento de Putumayo. Con una población de 7,535 habitantes en 2024 y una altitud media de 2,380 metros sobre el nivel del mar,

Funes ofrece un clima agradable y una densidad poblacional baja que permite disfrutar de la tranquilidad y la belleza natural del lugar.

Figura 8

Municipio de Funes



Fuente: Alcaldía de Funes, s.f.

2.1.1.1 Análisis político de Funes

La historia de Funes está marcada por su fundación en 1616 por misioneros de la Compañía de Jesús. Esta rica herencia cultural influye en la identidad y las políticas locales, con un enfoque en la preservación de tradiciones y el patrimonio histórico. El alcalde actual de Funes es James Enrique Cundar Zambrano, quien asumió el cargo para el periodo 2024-2027. La participación de la comunidad en los procesos políticos es fundamental.

Los habitantes de Funes suelen involucrarse en las decisiones locales a través de cabildos abiertos y consultas populares. Desafíos Sociales y Económicos: Funes enfrenta desafíos significativos en términos de desarrollo económico y social. La educación es un área crítica, según las estadísticas del DANE, un alto porcentaje de la población, solo ha alcanzado la educación primaria. Además, la infraestructura y el acceso a servicios básicos son áreas de enfoque para el gobierno local. De igual manera, aunque hay interés por parte de entidades públicas en promover recursos turísticos, la falta de infraestructura y servicios básicos deja en evidencia una posible carencia de políticas efectivas para el desarrollo turístico.

Así mismo, la presencia de establecimientos informales (posadas y restaurantes no registrados) sugiere un desafío para el gobierno local en cuanto a la formalización de la economía y la implementación efectiva de políticas que integran estos actores al sistema formal. Por otro lado, la falta de afiliaciones a gremios turísticos indica que no hay un enfoque coordinado para integrar los recursos turísticos como parte del desarrollo del municipio. A pesar de que hay intentos de promover los atractivos locales, la falta de capacitación para guías turísticas y la ausencia de programas de fidelización turística deja en evidencia que el apoyo gubernamental podría no estar siendo suficiente para lograr un desarrollo turístico sostenible en el tiempo.

2.1.1.2 Análisis económico. Los ingresos del municipio provienen principalmente de transferencias nacionales, que representan aproximadamente el 51.24% de los ingresos totales. Estos fondos son esenciales para financiar proyectos de infraestructura y servicios públicos. El desempeño fiscal del municipio ha mostrado una evolución positiva en términos de ingresos y gastos per cápita desde 1985 hasta 2022. Esto indica una gestión financiera relativamente estable, aunque con desafíos persistentes en la generación de ingresos propios.

La economía local se basa en la agricultura, con cultivos predominantes como el maíz, la papa y el frijol. Sin embargo, el municipio enfrenta altos índices de desempleo y falta de oportunidades laborales. La infraestructura en Funes es limitada, lo que afecta el desarrollo económico. La mejora de carreteras y el acceso a servicios básicos son áreas prioritarias para el gobierno local. Así mismo, entre los principales desafíos se encuentran la falta de empleo y la necesidad de diversificar la

economía local. Sin embargo, cabe resaltar que la riqueza cultural y natural de Funes ofrece oportunidades para el desarrollo del turismo.

2.1.1.3 Análisis sociocultural. La población de Funes es de aproximadamente 7,535 habitantes, la comunidad es conocida por su calidez y hospitalidad, lo que contribuye a un ambiente acogedor y amigable. Por otro lado, lastimosamente, la educación en Funes presenta desafíos significativos, según datos del DANE, el 59.3% de la población ha alcanzado solo el nivel de educación básica primaria, mientras que un 19% no tiene ningún nivel educativo.

Esto resalta la necesidad de mejorar el acceso y la calidad de la educación en el municipio. Aun así, el municipio cuenta con factores positivos, como, por ejemplo, la gastronomía es variada y refleja la riqueza cultural de la región. Platos típicos como el cuy asado y las empanadas de pipián son muy populares entre los habitantes y visitantes. Además, Las festividades y eventos culturales son una parte fundamental de la identidad del municipio, entre las celebraciones más destacadas se encuentran las fiestas patronales en honor a San Pedro, que incluyen procesiones, música y danzas tradicionales. De igual manera, también existe gran variedad de recursos naturales como por ejemplo la cascara de la Celidonia, el sendero de los ojos de anteojos, entre otros. Funes se encuentra en una región montañosa con paisajes impresionantes, lo que ofrece oportunidades para actividades al aire libre como el senderismo y otro tipo de actividades de turismo en la naturaleza.

2.1.1.4 Análisis tecnológico. El acceso a internet en Funes es bastante limitado, con una cobertura que no alcanza a toda la población. La infraestructura de telecomunicaciones está en desarrollo, pero aún enfrenta desafíos significativos en términos de conectividad y velocidad. Aun así, las instituciones educativas están comenzando a integrar tecnologías digitales en sus programas, aunque el acceso a dispositivos y recursos tecnológicos es muy poco, la capacitación en habilidades digitales es una prioridad para las instituciones, con el fin de mejorar las oportunidades educativas y laborales de los jóvenes.

Como ya se mencionó anteriormente, la infraestructura tecnológica en Funes es básica. La mayoría de los hogares no cuenta con acceso a computadoras personales o internet de alta velocidad. Las inversiones en infraestructura tecnológica son necesarias para mejorar la

conectividad y apoyar el desarrollo económico del municipio. El gobierno local está trabajando en la implementación de servicios electrónicos, para mejorar la eficiencia y accesibilidad de los servicios públicos. Esto incluye la digitalización de trámites y la creación de plataformas en línea para la interacción con la comunidad. Los principales desafíos incluyen la falta de infraestructura adecuada y la necesidad de mejorar la alfabetización digital. Sin embargo, hay oportunidades significativas para el desarrollo tecnológico a través de inversiones en infraestructura y programas de capacitación.

2.1.1.5 Análisis Ecológico. El municipio de Funes, ubicado en el departamento de Nariño, Colombia, presenta un entorno ecológico diverso y significativo, caracterizado por su riqueza en biodiversidad y la presencia de ecosistemas variados. El municipio se encuentra en una región que forma parte de la subregión de Obando, donde se pueden encontrar diferentes tipos de ecosistemas, desde áreas montañosas hasta zonas de valles. Esta diversidad geográfica contribuye a una rica biodiversidad, que incluye una variedad de especies de flora y fauna. La biodiversidad en Nariño es reconocida a nivel nacional, y el Plan de Acción en Biodiversidad del departamento busca proteger y conservar estos recursos naturales hasta el año 2030.

El municipio también cuenta con importantes recursos hídricos, que son vitales para la agricultura y el abastecimiento de agua potable. Sin embargo, se han reportado problemas relacionados con la reducción en microcuencas, lo que ha llevado a la implementación de alternativas sostenibles para su conservación. La gestión adecuada de estos recursos es crucial para mantener el equilibrio ecológico y garantizar la sostenibilidad de las comunidades locales. La gestión ambiental en Funes se ha visto influenciada por la legislación colombiana, que reconoce la importancia del medio ambiente. Por esa razón, existen planes de manejo ambiental que buscan abordar los desafíos ecológicos del municipio, promoviendo prácticas sostenibles y la conservación de áreas protegidas. Con esto se puede concluir, que el entorno ecológico de Funes es un componente característico del municipio. Así mismo, la combinación de biodiversidad, recursos hídricos y la gestión ambiental adecuada son esenciales para el desarrollo sostenible del municipio. La comunidad y las autoridades locales deben trabajar juntas para enfrentar los desafíos ecológicos y preservar este valioso entorno para las futuras generaciones.

2.1.1.6 Análisis Legal. En Colombia existe una Constitución Política que establece principios fundamentales sobre la protección del medio ambiente, la participación ciudadana y el desarrollo sostenible. Este marco legal es crucial para la gestión ambiental en Funes, donde la conservación de los recursos naturales es una prioridad. El municipio de Funes está sujeto a diversas leyes ambientales que buscan regular el uso de los recursos naturales y proteger el ecosistema. Entre estas se destacan: Ley 99 de 1993, que crea el Ministerio del Medio Ambiente y establece el Sistema Nacional Ambiental (SINA), promoviendo la gestión sostenible de los recursos naturales. Ley 1753 de 2015, que establece lineamientos para la gestión del cambio climático, un aspecto relevante dado el impacto de este fenómeno en la región. Estas leyes son fundamentales para la implementación de políticas públicas que aborden problemas como la deforestación y la contaminación, que son preocupaciones en el municipio.

Por otra parte, el Plan de Desarrollo Municipal de Funes, que se elabora en consonancia con las políticas nacionales y departamentales, establece las estrategias y acciones a seguir para lograr un desarrollo sostenible. Este plan debe alinearse con las normativas ambientales y sociales, garantizando que las iniciativas de desarrollo no comprometan la integridad del entorno natural. De igual manera, la legislación colombiana promueve la participación ciudadana en la toma de decisiones relacionadas con el medio ambiente y el desarrollo local. Esto se traduce en la creación de espacios para que los habitantes de Funes puedan expresar sus opiniones y contribuir a la formulación de políticas públicas. La Ley 1757 de 2015, que regula la participación ciudadana, es un ejemplo de cómo se busca fortalecer la democracia y la inclusión en la gestión pública.

En conclusión, a pesar de contar con un marco legal robusto, Funes enfrenta desafíos en su implementación. La falta de recursos y la capacidad institucional limitada pueden dificultar la aplicación efectiva de las normativas. Además, la informalidad en sectores económicos puede generar conflictos con las regulaciones existentes, lo que requiere un enfoque integral para abordar estas problemáticas.

2.2 Análisis e interpretación de resultados

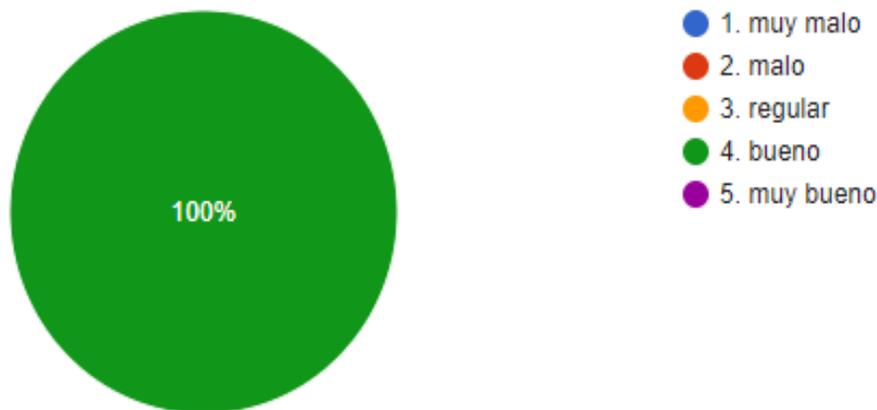
2.2.1 Hoteles o Posadas Turísticas en el Municipio de Puerres

La oferta de hoteles en el municipio de Puerres es limitada pero hospitalaria. Aunque pocas en número, Cabe resaltar que los hoteles encuestados no están inscritos a Cotelco. Sin embargo, no quiere decir que los hoteles no sean aptos para hospedarse, todo lo contrario, aquí se encontrará un ambiente tranquilo y disfrutar de la belleza natural y cultural de la zona. Aunque la disponibilidad puede ser limitada, la hospitalidad de los lugareños y la autenticidad de la experiencia hacen que la visita a estos establecimientos sea memorable para los visitantes de Puerres.

2.2.1.1 Estado de conservación de la estructura de los hoteles.

Figura 9

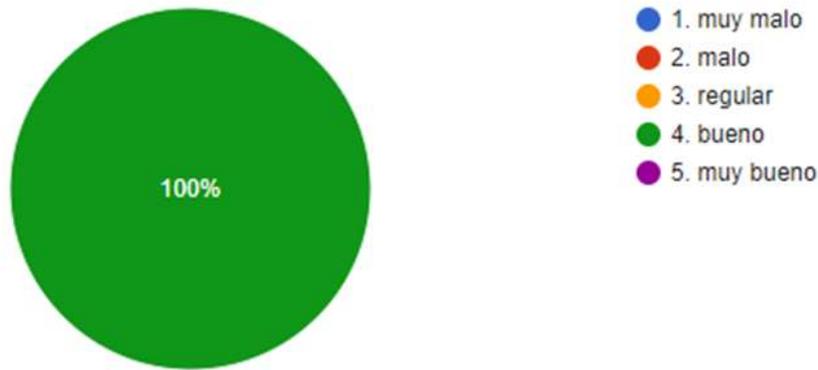
Estado de conservación de la estructura



La figura No.9 arrojó que el 100% de las respuestas calificó el estado de conservación en los de la estructura como pisos, paredes, cielo raso y techo como “bueno”. Esto indica una percepción positiva en cuanto a la estructura de los establecimientos, los cuales todavía no cumplen su vida útil esto permite que puedan seguir prestando sus servicios sin observarse deterioradas alguna en sus fachadas o interiores.

Figura 10

Estado de conservación de elementos móviles, puertas y ventanas



La figura No.10, indicó que el 100% de los encuestados eligieron como bueno el estado de conservación de elementos móviles como puertas, ventanas. Esto sugiere que las propiedades están en excelentes condiciones, lo que garantiza un ambiente seguro y cómodo para sus usuarios. Retomando que se los edificios no complementan su vida se pudo observar que los elementos móviles son óptimos y no exigen reparaciones algunas esto lo manifiestan los administradores y dueños de los hoteles.

Figura 11

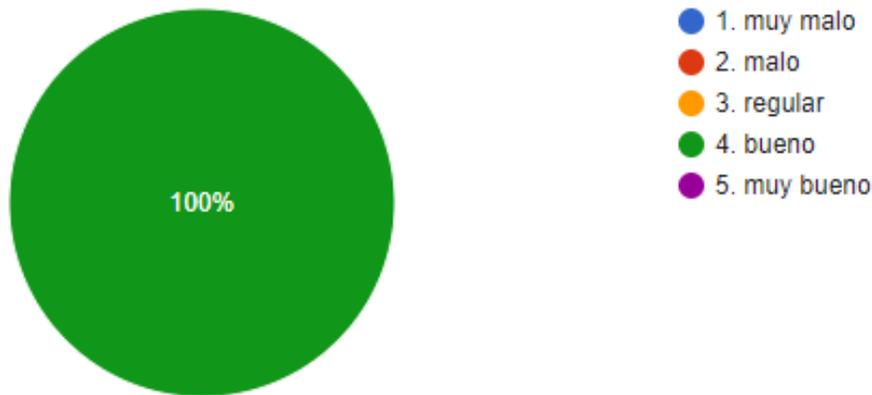
Espacios públicos organizados



La Figura No.11, indicó que el 100% de las respuestas calificaron los espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas, incluyendo a aquellas con discapacidad obteniendo así un resultado muy favorable para la prestación del servicio de hospedaje. se pudo observar que, a pesar de no poseer grandes espacios como salas de lobbies o espacios amplios organizados, si existe una buena organización y orden en los hoteles encuestados esto debido a la buena imagen que ellos quieren brindar a sus huéspedes.

Figura 12

Espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida



La figura No.12, se observó que los espacios que facilitan la circulación fluida de las personas son buenos esto debido que a pesar de carecer un plan administrativo existe una señalización óptima para en caso de emergencias poder evacuar con rapidez y seguridad. Si bien no existe un plan de riesgos vigente para los sectores encuestados, cabe resaltar que la señalización cumple con lo requerido en casos de emergencia.

Figura 13

Espacios públicos organizados facilitar el acceso, circulación y/o movilidad de personas discapacitadas.



La Figura No.13, se observó que el 100% de las respuestas calificaron muy bueno en cuanto circulación y movilidad con personas discapacitadas, esto debido a que se puede observar prioridad para las personas que necesitan una atención especial. Cabe resaltar que a pesar de carecer de rampas o de ascensores en algunos de los hoteles encuestados si se brinda un trato especial a las personas que presentan alguna discapacidad esto con el fin de poder atraer a más clientes. la implementación de ascensores o rampas para las personas no se ha implementado debido a que generaría más costos para la administración, sin embargo, se preguntó si existe gran flujo de personas con discapacidad en los hoteles encuestados y la respuesta fue, No.

Figura 14

Diseño y construcción de acuerdo al estilo de la cultura local



La Figura No.14, indicó que el 100% de los encuestados, el 50% calificó el diseño acorde con el estilo de la cultura local como malo, esto debido a que los diseños minimalistas ayudan a reducir recursos a la hora de construir, por otro lado, se observó que el otro 50% le pareció regular el tema relacionado con la cultura y el diseño de los hoteles esto debido a que no se nota una percepción adecuada para calificarlo.

Figura 15

Dispositivos de protección



La Figura No.15, se observó que el 100% de los encuestados determinaron que los dispositivos de protección que se pueden encontrar en los hoteles se encuentran en estado regular por ineficiencia a la hora de portarlos o visualizarlos, por esta razón se observó una calificación de regular. de esta manera se observó la carencia de un plan administrativo por parte de los hoteles encuestados.

Figura 16

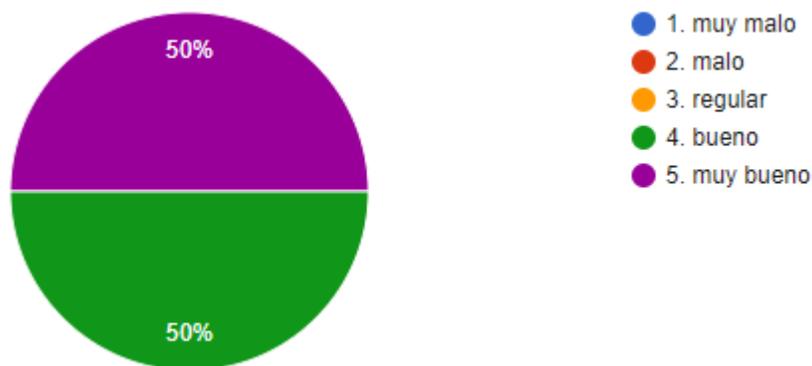
Mantenimiento regular en el hotel



La Figura, arrojó que el 100% de las respuestas calificaron el mantenimiento de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería con el fin de evitar fugas, como “regular”. Esto indica una percepción indiferente a la hora de hacer arreglos frecuentes e incluso se supone que los controles que se debe hacer a estos hoteles no son periódicos dando a entender que es indiferente los mantenimientos. De esta forma se pudo observar que no existen periódicamente entes reguladores de estos mantenimientos.

Figura 17

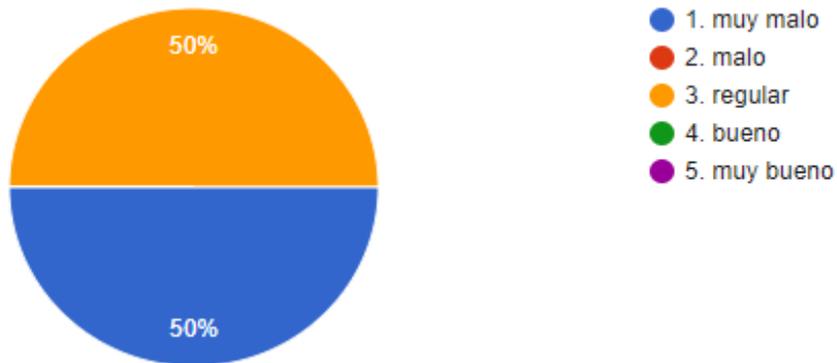
Trato afable, cortés y servicial al turista



En la Figura No. 17, se observó que el trato amigable con los clientes es bueno otorgando un 50% y muy bueno el otro 50%. se puede observar que la cultura amigable y siempre respetuosa por parte de las personas independientemente del sector en el que laboren es amigable, muy gentil con el turista de esta forma se pudo ver la hospitalidad y la ayuda desmesurada para tratar bien al forastero.

Figura 18

Información y rótulos preventivos



Según la Figura No.18, el 50% de las respuestas calificó al hotel El Paraíso como “regular” en la información y rótulos preventivos. Por otro lado, el hotel El Centro reportó una calificación “muy mala”, esto debido a que no existen este tipo de información y rótulos preventivos en los hoteles puesto que no hay planes de contingencia para prevención de riesgos en el municipio de Puerres.

Figura 19

Dispositivos de protección para el personal en el hotel



La Figura No.19, se evidenció que los hoteles encuestados carecen de sistemas preventivos de rótulos para el personal de los hoteles, se puede afirmar que debido a que no existe un plan de contingencia en el municipio de Puerres, ellos omiten este tipo de dispositivos de protección personal por que el simple hecho de representar un gasto ya es visto como algo malo.

Figura 20

Personal entrenado para emergencias

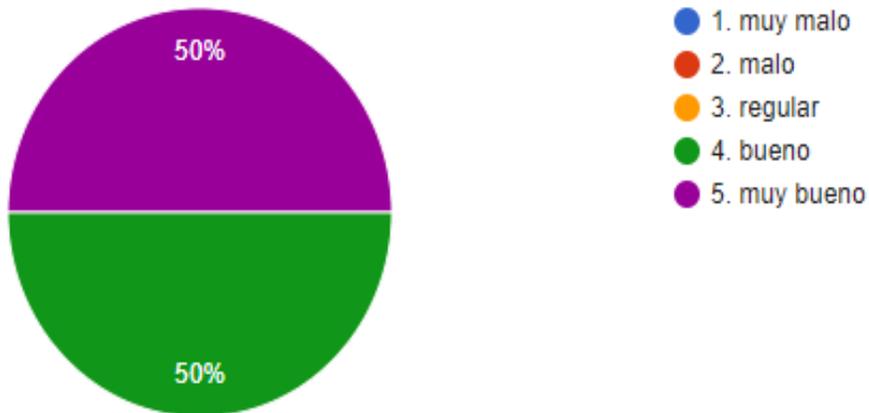


Se determinó en la Figura No. 20 que el personal no cumple con planes de entrenamiento para tipos de emergencia esto debido a que no existen planes de contingencia y prevención de riesgos

en el municipio de Puerres Nariño. Si bien se planea en la nueva administración gestionar este tipo de planes, todavía no existe uno reglamentado para posibles emergencias.

Figura 21

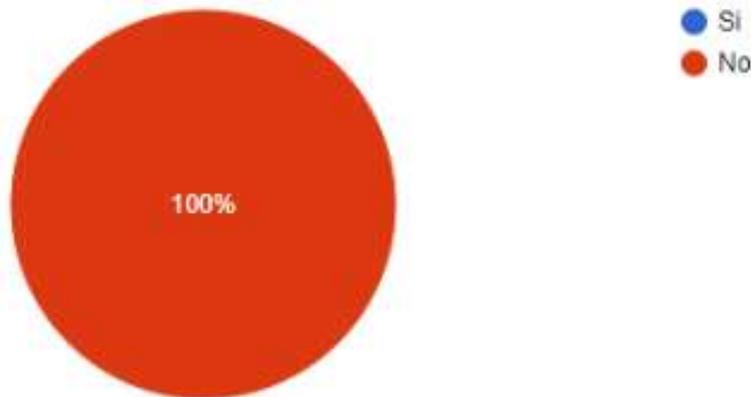
Equipos de protección del personal



En la Figura No. 21 se observó que del 100% de las respuestas, el 50% cuenta con equipos de protección en los hoteles con una calificación de “muy bueno”. puesto que poseían equipos de protección personal, mientras que el otro 50% se encontró como “bueno” debido a que los hoteles encuestados carecían de algunos elementos de protección, para algunos este tipo de elementos pasa desapercibido sabiendo que en general son elementos muy importantes para el personal y la prevención de riesgos es algo que no tienen estas empresas prestadoras de servicio de hotel.

Figura 22

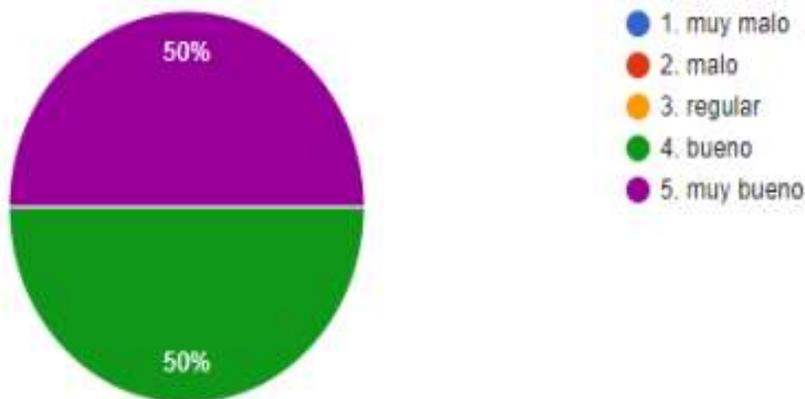
Capacitaciones al personal



La Figura No.22, arrojó que el 100% de las respuestas. aseguran que “No” se realiza capacitación al personal. Las capacitaciones no se realizan debido a que no tienen un plan de capacitación o carecen de entes que ayuden a estar al tanto de nueva información para el sector hotelero y así poder capacitar al personal. Si bien se espera que con la nueva administración mejore el panorama se espera mucho de esta nueva administración de alcaldía para ejecutar planes que fomenten el desarrollo hotelero en la región del municipio de Puerres.

Figura 23

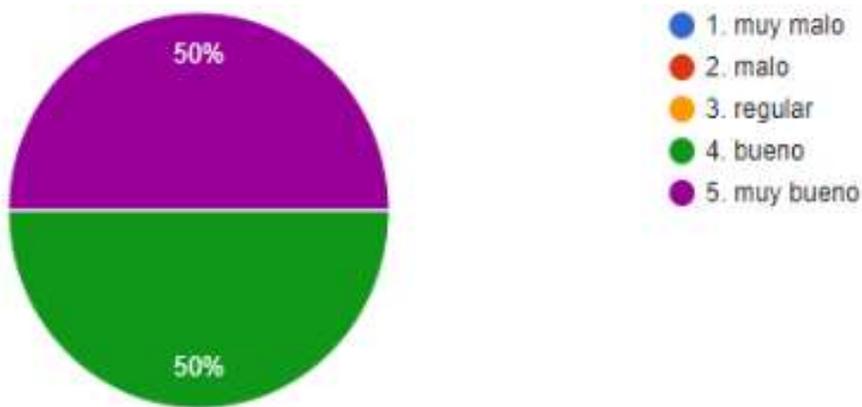
Servicio de alojamiento del hotel



De la anterior figura, se identificó que el 50% es un lugar “bueno” en cuanto al servicio de alojamiento, por otro lado, encontramos un 50% “muy bueno” en el servicio de alojamiento de los hoteles encuestados. Si bien el personal no es capacitado existe algo innato en su cultura y es la forma como tratan a los turistas esto hace que su capacitación empírica arroja estas calificaciones otorgando así el voz a voz que permite recomendarse, un ejemplo muy importante es el que a una persona que acude como turista pregunte; ¿qué hotel me recomienda? y le respondí que “En aquel Hotel lo atienden muy bien”.

Figura 24

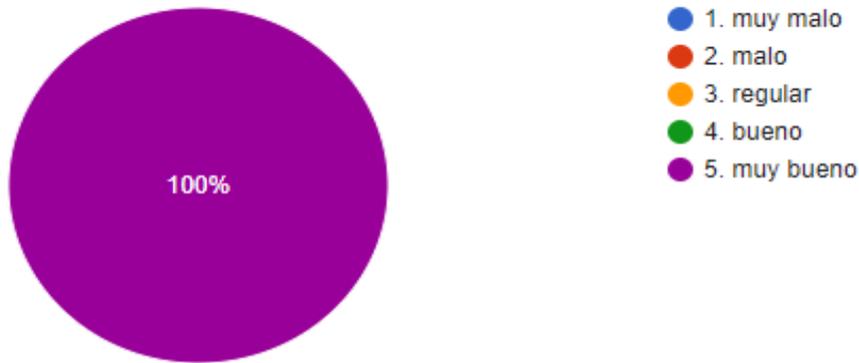
Servicio acogedor, agradable y confortable



Se pudo identificar que la Figura No. 24 arrojó un 50% en calificación “muy bueno” en servicio agradable y confortable, mientras que el otro 50% nos dice que el servicio es “bueno”. Cabe resaltar que independientemente de las nulas capacitaciones que tienen tanto el personal como los administradores de los hoteles, las personas que laboran en estos establecimientos se esfuerzan por brindar un servicio agradable puesto que para ellos el turista es algo no muy común de observar en el municipio.

Figura 25

Actitud y vestimenta del personal



La Figura No 25, se observó que, de la totalidad de los encuestados, el 100% dijo que cuentan con la vestimenta adecuada para recibir al personal del hotel. Si bien es difícil identificar quien prestan el servicio de hotel en Puerres puesto que no tiene la vestimenta adecuada se observó que sus prendas son adecuadas para recibir a los clientes, tal vez para ellos no existe la necesidad de formarse por esta razón no utilizan estas prendas.

Figura 26

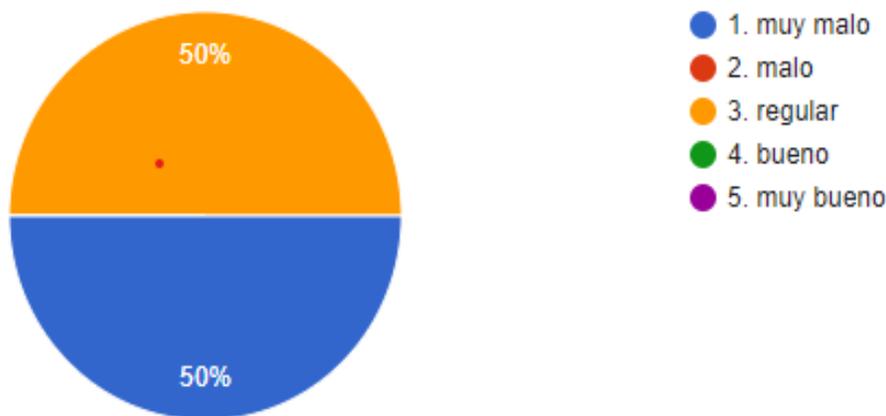
Recepción de pagos electrónicos



La Figura No. 26, se observó que del 100% de los encuestados, el 50% dijo que si cuenta con dispositivos básicos para recibir pagos por medios digitales. Mientras que el otro 50% solo cuenta con un medio de pagos digitales como lo es Nequi. Si bien para los administradores puede ser una forma tediosa e incluso muy difícil de manejar por el tema tecnológico para ellos prima el dinero físico, pues este si lo que sí saben manejar bien.

Figura 27

Servicio de alimentación



La Figura No. 27 se observó que del 100% de los encuestados el 50% dijo que no cuenta con Servicio de alimentación en el hotel, por otro lado, el 50% restante dijo que rara vez se suele preparar comidas para los huéspedes. Se pudo observar que los hoteles en general no prestan servicio de alimentos puesto que no existe el suficiente espacio para poder instalar un restaurante en sus instalaciones. por otro lado, la gran oferta de restaurantes que existe en el municipio hace desanimar a los dueños de los hoteles para incluir este servicio.

2.2.2 Restaurantes en el municipio de Puerres

El municipio de Puerres alberga varios restaurantes que ofrecen una variedad de opciones culinarias para satisfacer los gustos tanto de locales como de turistas. A pesar de su gran número, cabe señalar que sólo unos pocos están registrados en la Cámara de Comercio. Sin embargo, estos restaurantes no registrados también desempeñan un papel importante en la escena culinaria de la

región, ofreciendo platos tradicionales y platos locales que reflejan la rica cultura y el patrimonio de la región. A continuación, se presentan las gráficas relacionadas con las respuestas levantadas de los restaurantes encuestados; Mi fogón, Tin Tan, y Como en casa.

2.2.2.1 En cuanto a infraestructura municipio de Puerres.

Figura 28

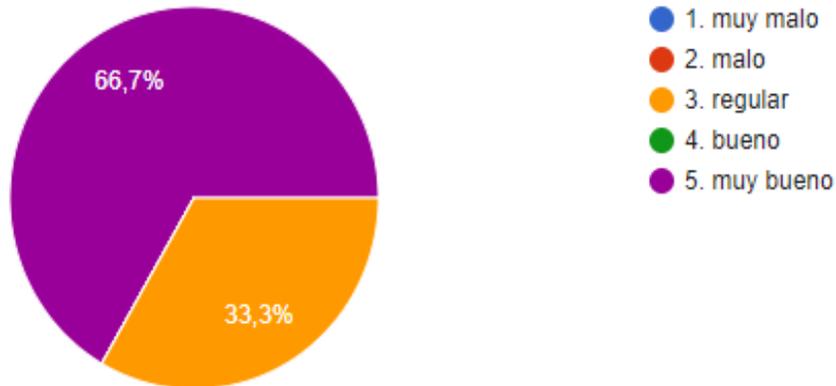
Ventilación



En la figura No. 28 se observó que del 100% de los encuestados, todos los restaurantes encuestados poseen una muy buena ventilación, y es que cabe destacar que los restaurantes encuestados son casas campestres y negocios familiares lo que ratifica que sus casas muy amplias y con buena ventilación sea el lugar propicio para prestar el servicio de restaurantes.

Figura 29

Servicios sanitarios



Del el 100% de los encuestados se observó en la gráfica No. 40 que 66,7% cuenta con servicios sanitarios muy buenos, esto debido a que son óptimos y cuentan con alcantarillado, por otro lado, el 33,3% dice que posee un servicio regular esto debido a que sus condiciones ajenas no le permiten en ocasiones tener baños modernos. Cabe resaltar que, al ser propiedades con algunos años de antigüedad, sus baños no son los más adecuados estéticamente pero aun así prestan un servicio que cumple con lo establecido.

Figura 30

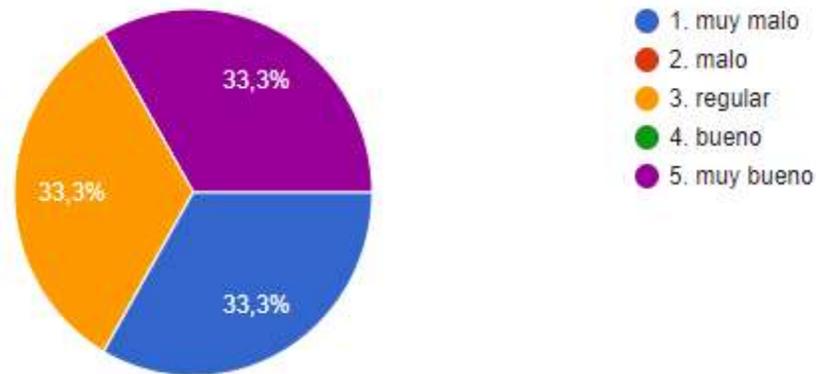
Recipientes para basura



De la figura No. 30. El 100% de los encuestados observó que el 100% posee muy buenos contenedores para acumular basuras, esto garantiza una limpieza primordial en los restaurantes. Se pudo observar de igual manera que no se realizan campañas de reciclado en estos establecimientos, sin embargo, la higiene se mantiene con estándares de satisfacción para sus clientes.

Figura 31

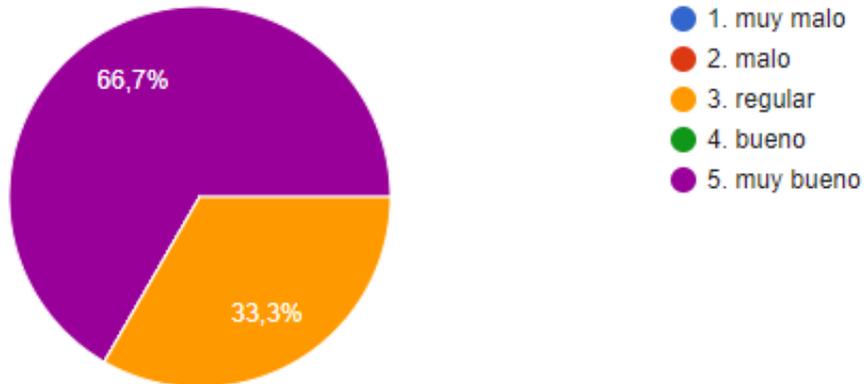
Señalización en los restaurantes.



De la figura No. 31. Se observó que Debido a que los restaurantes encuestados poseen diferentes tipos de señalización, cabe resaltar que solo el 33,3% cuenta con una muy buena demarcación, esto debido a que uno de estos restaurantes es uno de los más modernos de los encuestados. El otro 33,3% de los encuestados posee una regular señalización, puesto que carece de algunos elementos como salidas de emergencia y ubicación de cocina. por otro lado, encontramos que otro 33,3% no cuenta con señalización.

Figura 32

Instalaciones de los restaurantes

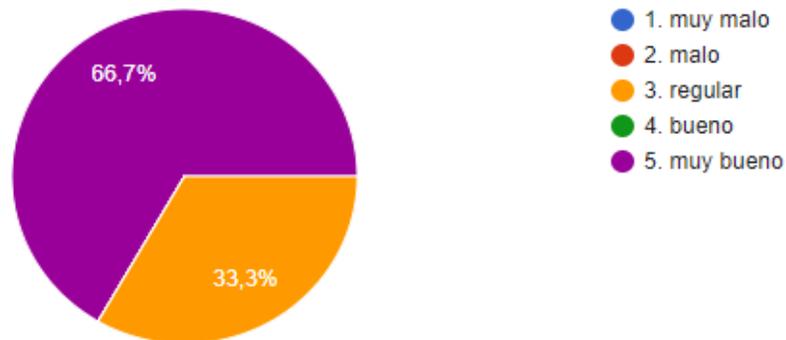


Se observó que de la figura No 32. Del 100% de los encuestados 66,7% posee que las instalaciones de sus restaurantes son muy buenas y otro 33,3% son regulares ósea que cumplen con lo ofrecido en un restaurante. mientras que la gran mayoría de los encuestados se mantienen en instalaciones buenas y adecuadas.

Si bien existen restaurantes más modernos que otros, se observó que las instalaciones de los restaurantes cumplen con la satisfacción del cliente, es importante aclarar que muchos de los restaurantes que operan en el municipio de Puerres, son por contratos de arrendamientos es por este motivo que para ellos no es viable invertir en instalaciones muy óptimas que superen los estándares de los clientes, puesto que las personas que arriendan no desean invertir en un terreno que no es de ellos.

Figura 33

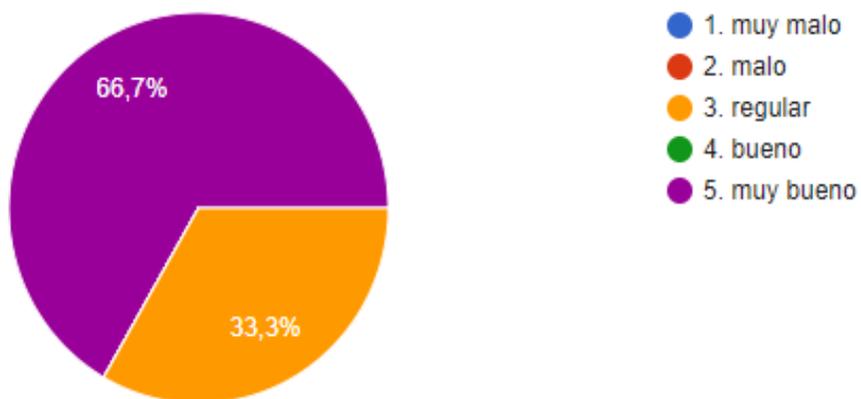
Uniformes adecuados y equipos de protección adecuados



De la figura No.33. Se observó que del 100% de los encuestados 66,7% cumple con Uniformes adecuados y equipos de protección adecuados y otro 33,3% se mantiene en regular por no poseer algunos implementos de protección. Se pudo observar que las personas que manipulan alimentos si poseen por lo menos gorro de protección para cabellos. pero esto solo debido a que sanidad lo existe dado que muchos restaurantes de los encuestados les hace falta planes de organización administrativa, es muy difícil encontrar un restaurante en el cual se porte con uniforme y con el emblema de la empresa.

Figura 34

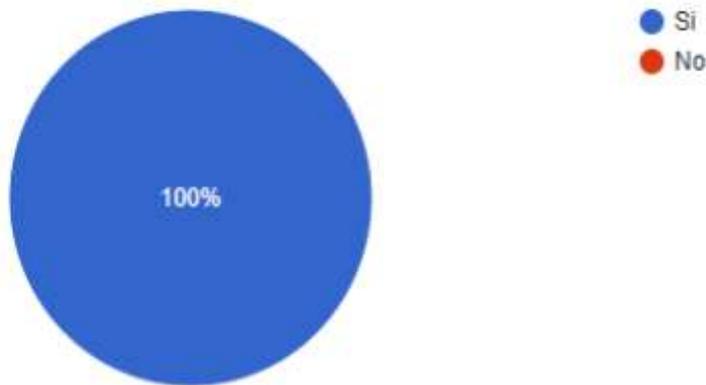
Equipos de protección para el personal



Del 100% de los encuestados 66,7% cumple con Uniformes adecuados y equipos de protección adecuados y otro 33,3% se mantiene en regular por no poseer algunos implementos de protección. Se observó que dada la falta de protecciones laborales en el trabajo los empleados no portan elementos de protección para hacer sus labores, a esto también se suma que en un restaurante trabajan solo máximo 3 personas las cuales hacen muchas funciones que afectan su salud, pero todo esto debido a una falta de manual de funciones.

Figura 35

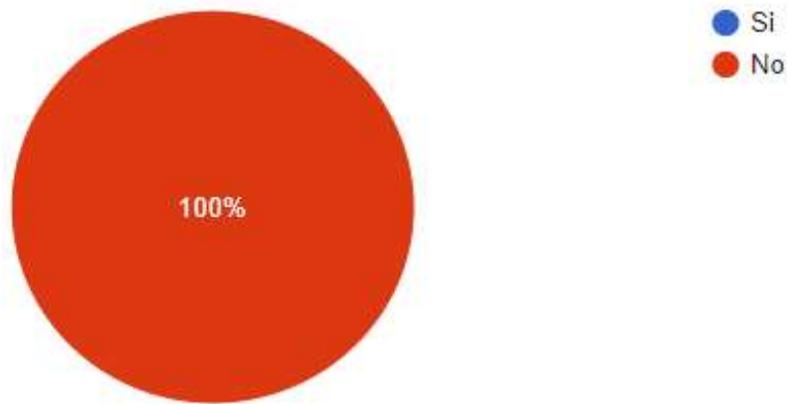
Capacitaciones al personal



De la anterior gráfica se analizó. que del el 100% de los encuestados el 100% dijo que si cuenta con capacitaciones al personal esto debido a que las empresas que prestan el servicio de restaurantes no cuentan con; manual defunciones, riesgos laborales en el trabajo, carecen de una estructura administrativa y sobre todo los dueños y administradores de restaures en el municipio de Puerres, Carecen de facilidades para acceder a capacitarse y poder capacitar a sus colaboradores.

Figura 36

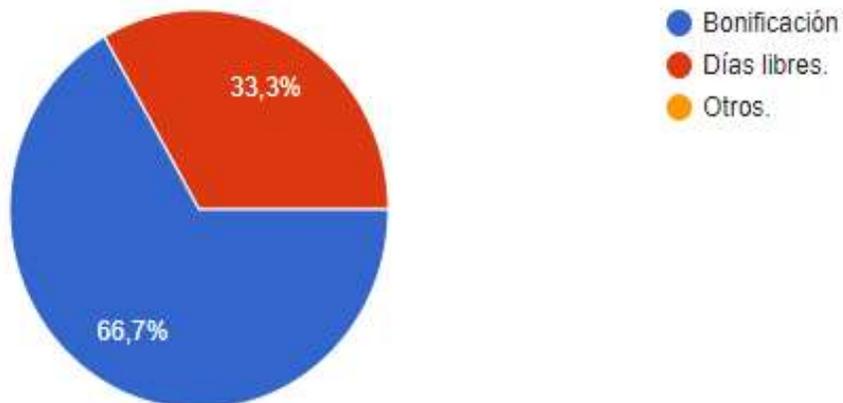
Información y rótulos preventivos



La figura No. 36 Se observó que del 100% de los encuestados, el 100% dijo que no realiza información y rótulos preventivos en los restaurantes. esto debido a que ellos realizan las cosas empíricamente, no existe manual de funciones para diferentes equipos que se puedan manejar todo se hace a través de la persona que lleve más experiencia en el cargo.

Figura 37

Estrategias de motivación para el talento humano

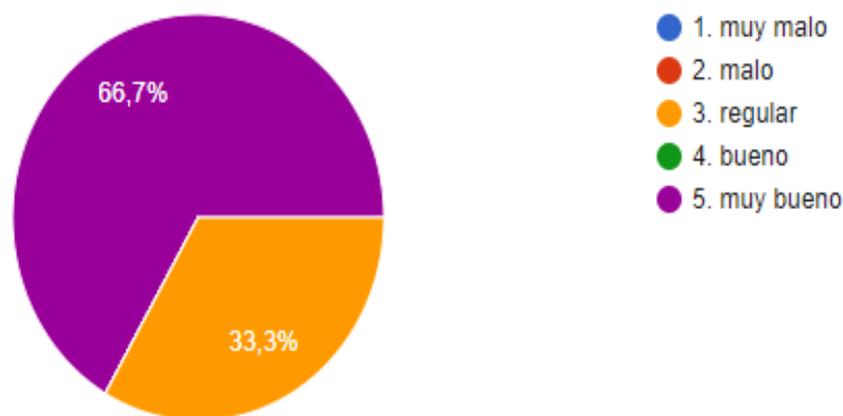


La figura No. 37, se observó que una de las estrategias más utilizadas para motivar al talento humano fue la de bonificaciones, esto debido a que las personas encuestadas dijeron ‘‘Es bueno ganarse unos pesitos de más’’. siendo así el 66,7% de los encuestados, por otro lado, los días libres se lleva el 33,3% esto puesto que para algunos aprovechar los días con sus familias es primordial en el municipio de Puerres. se pudo observar que el tiempo en familia es mucho más primordial que el dinero.

Se pudo observar que, en cuanto al servicio al cliente, existen muchos factores diferenciadores los cuales otorgan un valor significativo a cada uno de los restaurantes. Si bien no existen temas de fidelización por falta de conocimiento, existe una cultura amable, gentil, que hace que la mayoría de los restaurantes encuestados brinden un servicio ameno para sus comensales.

Figura 38

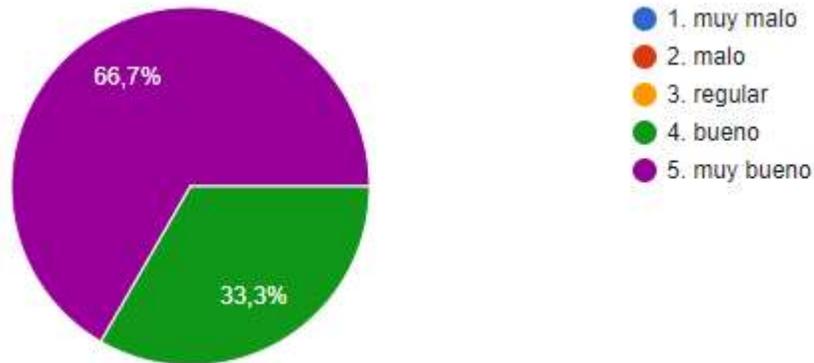
Servicios sanitarios.



Del el 100% de los encuestados se puede observar que en la figura No. 38. El 66,7% de los encuestados cuenta con servicios sanitarios adecuados para la prestación de servicio sin embargo encontramos un 33,3% en el cual sus servicios prestados para sanitarios son regulares esto debido a que no cuentan con baños separados y no poseen señalización adecuada. Si bien la sanidad no les ha puesto ninguna infracción por no poseer baños separados, cabe resaltar que, para algunas personas, como turistas esto puede ser un poco molesto.

Figura 39

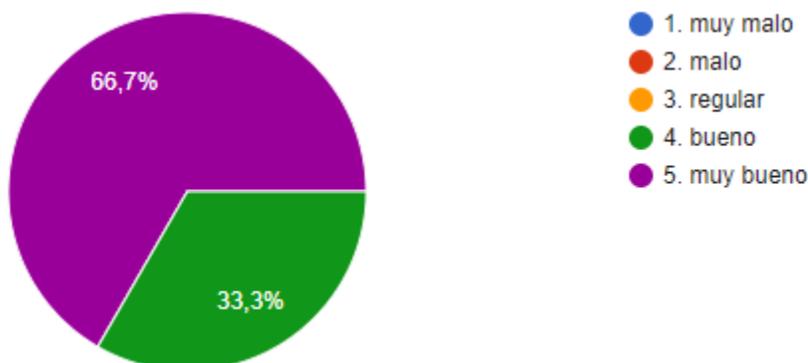
Programas de desinfección y limpieza



Del 100% de los encuestados se observó en la figura No. 39. que el 66,7% cuenta con programas de desinfección de plagas esto debido a que los temas de sanidad les exigen poseer esta documentación. Por otro lado, el 33,3% posee un buen control de plagas. Sanidad atiende estos lugares con una frecuencia moderada en el municipio. Cabe resaltar que independientemente de que haya o no apoyo por parte los entes territoriales se debe cumplir con las normas de sanidad para poder regular y operar con alimentos en el municipio de Puerres.

Figura 40

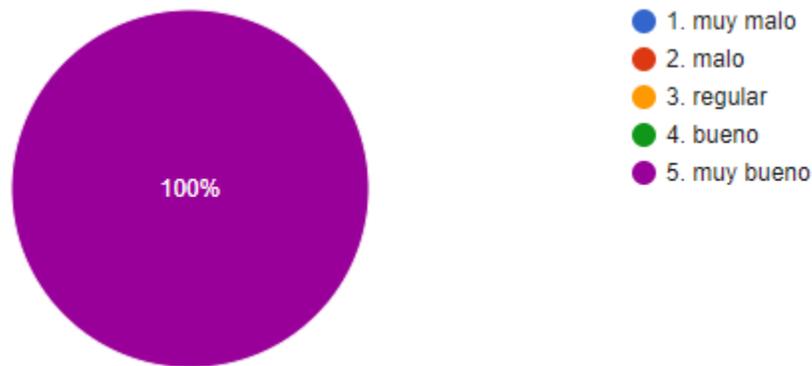
Programas de control de plagas



Del el 100% de los encuestados encontramos en la figura No.40. que el 66,7% cuenta con programas de desinfección de plagas esto debido a que los temas de control de plagas les exigen poseer esta documentación. por otro lado, el 33,3% posee un buen control de plagas, sanidad atiende estos lugares con una frecuencia moderada en el municipio de Puerres. Sanidad atiende estos lugares con una frecuencia moderada en el municipio de Puerres. Cabe resaltar que independientemente de que haya o no apoyo por parte los entes territoriales se debe cumplir con las normas de sanidad para poder regular y operar con alimentos en el municipio.

Figura 41

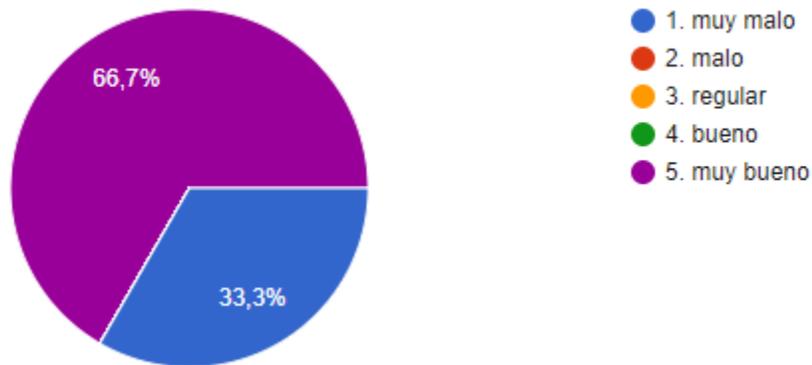
Ventilación



Del el 100% de los lugares encuestados se observó en la gráfica No. 52. que el 100% cuenta con espacios óptimos con una muy buena ventilación. Esto debido a que la infraestructura que posee el casco urbano del municipio de Puerres se observó que son de unas dimensiones grandes, las cuales por lo general poseen un amplio espacio con una muy buena ventilación.

Figura 42

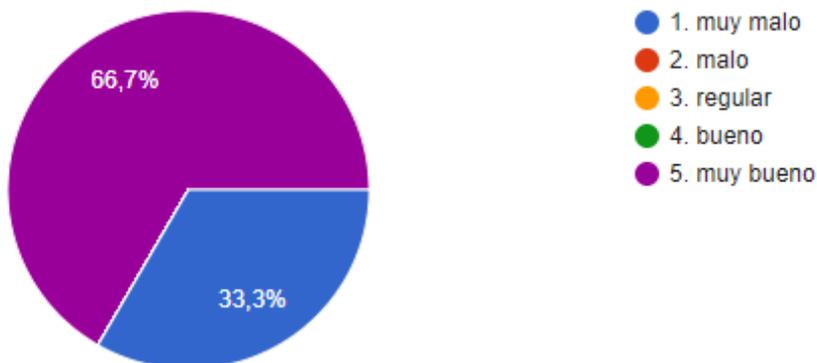
Recepción de pagos electrónicos



De la figura No 42, se observó que el 66,7% de los encuestados posee más de una recepción de pagos electrónicos pero el 33,3% posee solo un medio de pago electrónico esto debido a que el dinero en efectivo es lo más común usar en el municipio de Puerres. Cabe resaltar que la gran mayoría de personas que son dueñas o administradoras de restaurantes, son personas que superan los 45 años de edad. Por lo tanto, a la hora de manejar aparatos electrónicos para recibir pagos se puede tornar un poco complicado. Es por esta razón que en algunos lugares se encuentra con pagos por medio de transferencia, y en otros casos solo efectivo.

Figura 43

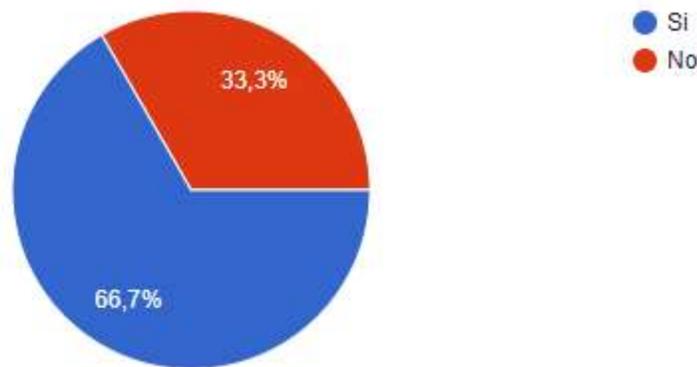
Servicio de internet



En la figura No. 43, se observó que el 100% de los encuestados dijo que si tiene internet en sus establecimientos ahora bien en cada restaurante varía la potencia del internet y sobre todo es muy rara vez que se pida la clave para conectarse. se observó que la señal de internet es muy buena en el municipio, pero se pudo observar que las personas que residen en el municipio de Puerres a diferencia de las que residen en pasto, no son tan tecnológicas es por eso que para los puerrenses a la hora de comer, prefieren no usar cualquier aparato electrónico.

Figura 44

Fidelización de los clientes



Del 100% de los encuestados se observó que en la figura No. 44. El 66,7% dijo que si posee fidelización con los clientes una de las más comunes es la espera en el tiempo de pago y por otro lado el 33,3% dice que no puesto que su mayor potencial de clientela son los campesinos que laboran en la siembra y cosecha de productos por ende ellos no necesitan realización de fidelización. También se pudo sumar a esto que las personas que prestan el servicio de restaurantes no poseen conocimientos de fidelización de clientes.

Figura 45

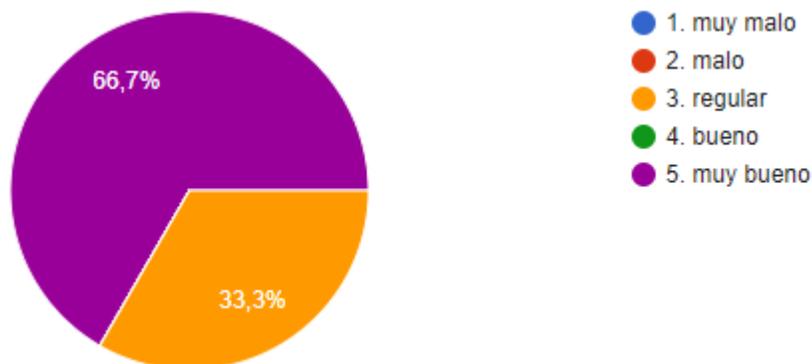
Proceso de evaluación y seguimiento



De la figura No. 45, el 100% de los encuestados dijo que si realiza procesos de seguimiento y evaluación de los restaurantes. Esto debido a que es muy importante cómo se está comportando el restaurante frente a la competencia. Sin embargo, cabe resaltar que el proceso de fidelización que realizan estos restaurantes es rudimentario porque no evalúan al cliente como y no utilizan métricas de satisfacción por ende se puede decir que es nula y carece de estudio el proceso evaluativo de los establecimientos hacia los clientes.

Figura 46

Los servicios sanitarios



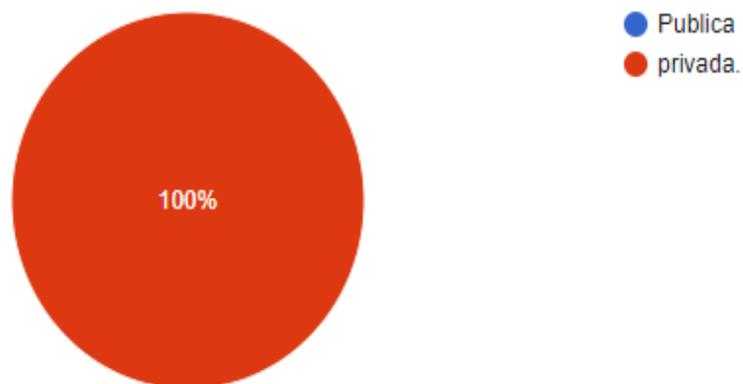
De la figura No. 46. Se observó que el 100% de los encuestados el 66,7% dijo que si cuenta con equipos de aseo óptimos para la prestación del servicio de baño. por otro lado, el 33,3% dijo que es regular puesto que cumplen solo con lo básico como es solo papel higiénico. Dado que no existen áreas encargadas de distribuir adecuadamente la limpieza dentro de las instalaciones de algunos restaurantes se observó que la falta de personal la falta de capacitación y la falta de conocimiento hace que los implementos de servicios sanitarios sean regulares independientemente de que se encontró calificados como buenos en algunos establecimientos.

2.2.3 Empresarios que administran recursos turísticos municipio de Puerres, Monumento Virgen de Fátima Puerres

El monumento de la Virgen de Fátima fue construido por Alejandro Vallejo, bajo la supervisión del maestro Marceliano Vallejo, conocido como el escultor de los vientos. Haciendo énfasis en la necesidad de homenajear a la virgen de Fátima en el municipio de Puerres y la gran devoción de sus habitantes, se logró la construcción y remodelación de esta manifestación religiosa y cultural siendo así uno de los principales atractivos turísticos del municipio. A Continuación, se presentan las gráficas relacionadas con el levantamiento de información de las respectivas encuestas, dirigidas a las personas que administran los recursos religiosos en el municipio de Puerres.

Figura 47

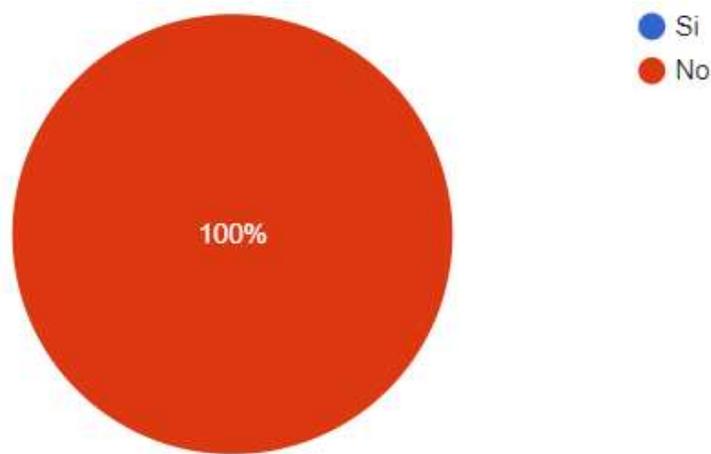
Administración del recurso turístico



En la figura No. 47. Se evidencio que el 100% afirmó que pertenece al sector privado, se observó que uno de los principales administradores de recursos turísticos religiosos son los entes privados. Esto debido a que no existe para el 2024 una oficina de turismo la cual destine recursos económicos para entes públicos. Si bien se espera que la nueva administración pueda impulsar más el tema turístico cabe resaltar que es un gran reto para los sectores públicos y privados.

Figura 48

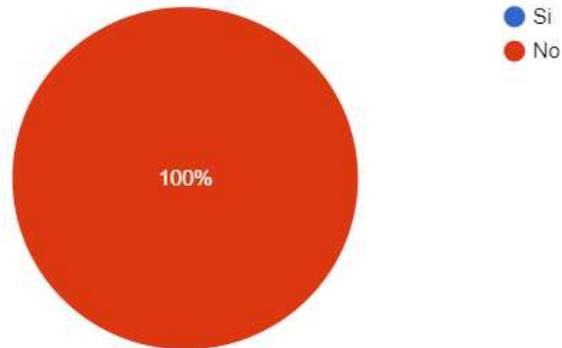
Registro ante Cámara de Comercio



Según la figura No.48, se observó que el recurso turístico no se encuentra registrado en Cámara de Comercio. Esto debido a la carencia de las entidades gubernamentales para poder impulsar el turismo en estas zonas. la poca atención e incluso intereses propios han hecho que ni siquiera un monumento en el municipio de Puerres tan importante no esté registrado ante la cámara de comercio.

Figura 49

Pertenece a un gremio del sector turístico



En la figura No.49. se observó que la administración no pertenece a ningún sector del sector turístico debido a que no existe una relación estratégica para el 2024 que permita reconocimiento para la entidad. Si bien se busca pertenecer a un sector, en el momento no existe algún gremio del sector turístico

Figura 50

Categoría del recurso turístico

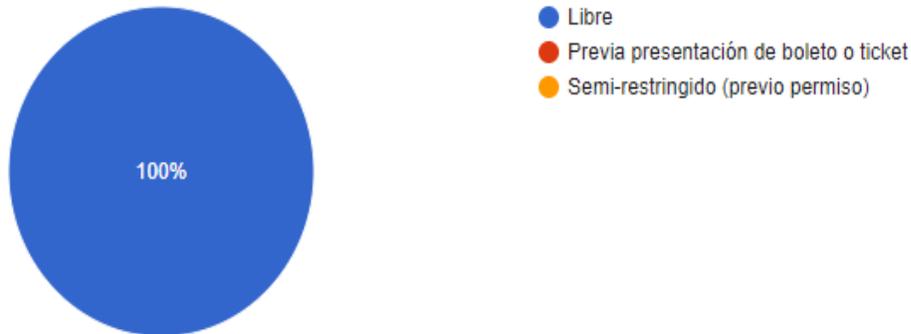


De la figura No.50, se observó que las manifestaciones culturales y religiosas es la categoría a la que pertenece la administración. Cabe resaltar que existen otro tipo de manifestaciones religiosas

en el municipio, pero una de las más importantes es la que está ubicada en el momento de la virgen de Fátima

Figura 51

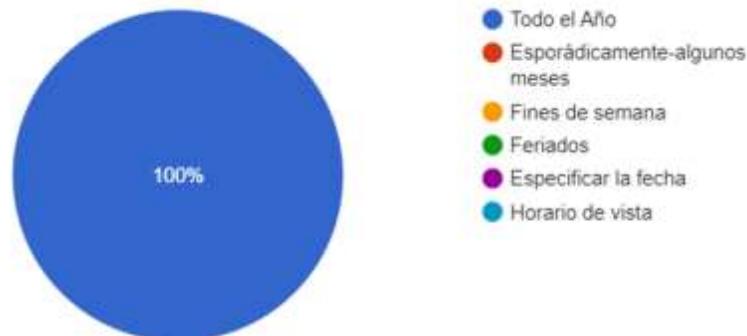
Acceso al recurso turístico



Según la figura No. 51, se identificó que el acceso al recurso turístico es de manera terrestre y libre. De igual manera, se puede afirmar que parte del trayecto se puede hacer en carro o caminando, puesto que queda solo a 30 minutos caminando desde el casco urbano del municipio de Puerres. La gran mayoría de las manifestaciones religiosas y culturales en el municipio son de libre ingreso, puesto que el cobro de entradas no está regulado por parte de la administración como una obtención de recursos.

Figura 52

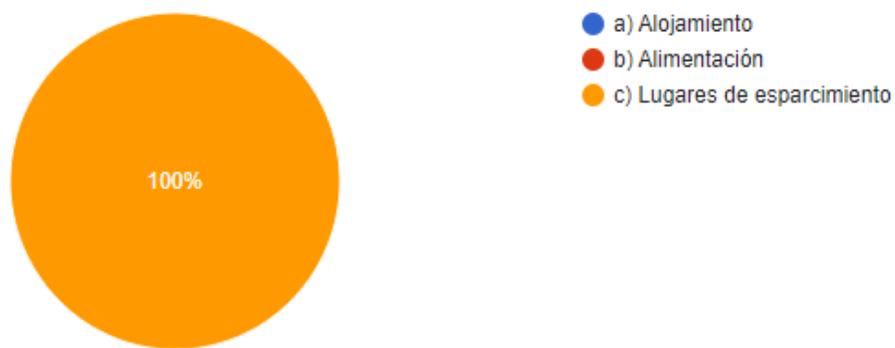
Época con mayor visita al recurso turístico



En la figura No. 52, se observó que la mayor fluctuación de personas es en las fiestas de la virgen de Fátima, sin embargo, el acceso de los peregrinos es todo el año esto debido a que este lugar se usa todos los días del año para hacer eventos, de picnic, funciona también como salón cultural y por ende las personas llegan a este momento a diario.

Figura 53

Servicio adicional



Según la figura No.53, de los servicios adicionales se observó que lugares de esparcimiento hace referencia al 100% esto debido a que el lugar contó con espacios para el ocio en el cual se puede hacer picnics y pasar un rato agradable con la familia al aire libre. Existe también una cafetería a la cual los peregrinos y visitantes suelen ir con frecuencia.

Se observó que el recurso turístico se encuentra en buenas condiciones de infraestructura si bien las remodelaciones y mantenimiento no es periódico si se pudo observar un gran compromiso estético en cuanto a pintura y acabados, cabe resaltar que el monumento de la virgen de Fátima reabre sus puertas hace no más de 3 meses por lo cual no se ha reportado ningún mantenimiento en el momento.

Figura 54

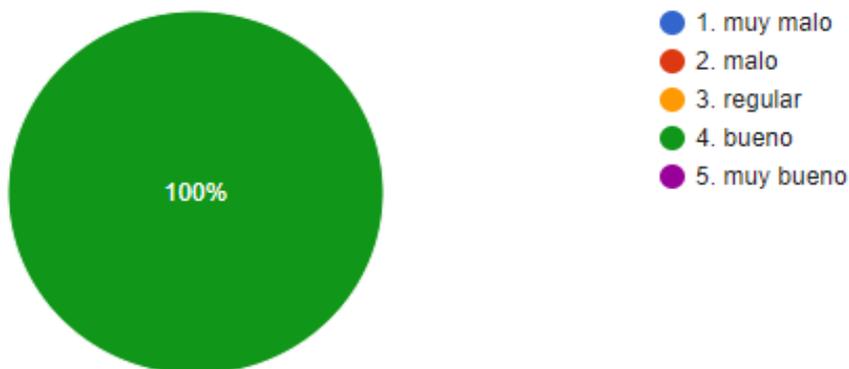
Estado del recurso



De la figura No. 54, se analizó que el 100% de respuestas están de acuerdo que el estado actual del recurso turístico está en buenas condiciones con una respuesta total de “bueno”, en donde este aspecto es positivo para el recurso ya que se puede observar en buen estado y no pese ninguna grieta esto debido a que reabre al público hace no más de 3 meses y por ende sus instalaciones están primas condiciones.

Figura 55

Estado de los servicios por fuera



Según la figura No.83, se pudo observar que el estado de los servicios fuera del recurso, en este caso con respecto al agua, desagüe, luz, teléfono, alcantarillado y señalización, son buenos, en

donde del 100% de las respuestas fueron “bueno”, siendo este un aspecto positivo para el recurso. teniendo en cuenta que el monumento está recién inaugurado.

Figura 56

Herramientas necesarias



De la figura No.56 se observó que las herramientas necesarias cumplen con una calificación muy buena. Debemos recordar que en semana santa por ejemplo donde existe gran número de visitantes, puede ocurrir algún percance técnico, es por esta razón que el personal se encarga de estar con las herramientas necesarias para cualquier eventualidad.

Figura 57

Señalización de registros profesionales

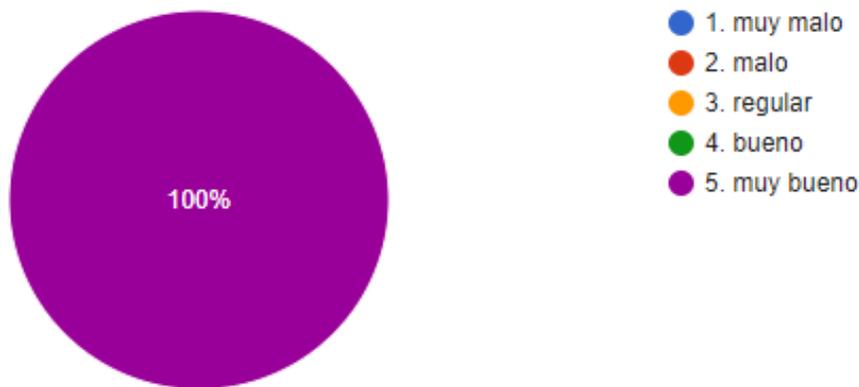


De la figura No. 57 se pudo observar que el 100% de respuestas piensan que no hay señalización, las cuales se requieren por la aseguradora de registros profesionales como ARP y SNGR todo lo que tiene que ver con lo que son planos de evacuación detrás de las puertas señalización de evacuación o salidas de Emergencias y puntos de encuentro siendo esto en aspecto negativo de esos recursos. cabe resaltar que no existe un plan de riesgos por parte de las administraciones es por ende la carencia de la señalización.

El esfuerzo que existe por parte de la administración para prestar un servicio ameno para sus visitantes es la clave que se quiere plasmar en el transcurso del año 2024, se pudo observar que el aforo de personas para este año será mayor puesto que la voz a voz ha hecho conocer más a este lugar la atención por parte del personal es la más agradable posible.

Figura 58

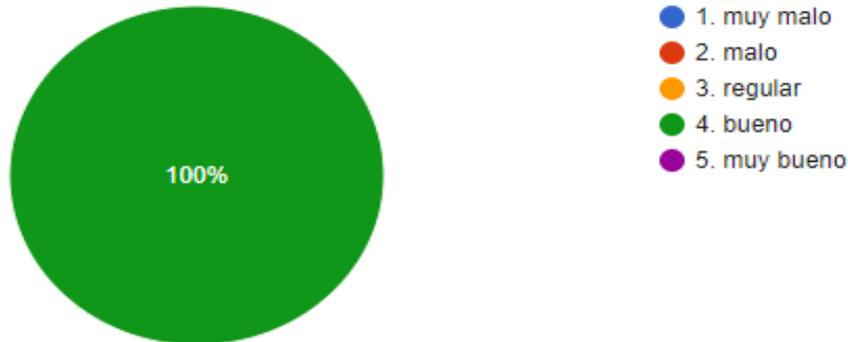
Programas de aseo



Según la figura No.58, se observó que el programa de recolección de basuras es muy bueno puesto que el espacio explotado por la administración se encuentra en una zona verde lo que responsabiliza a los encargados a mantener las zonas verdes en muy buen estado de conservación. Es por esto que, a pesar de no contar con planes estratégicos y muy bien organizados de programas de aseo, se observó un programa adecuado para mitigar los impactos negativos ocasionados por las contaminaciones de basuras.

Figura 59

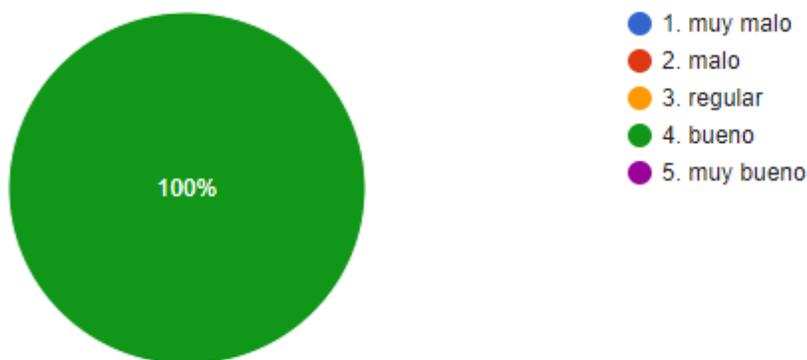
Control de plagas



De la figura anterior se observó que el 100% de las respuestas frente a programas de control de plagas es bueno. Esto se debe a que por temas de prestación de servicio de cafetería se debe cumplir con plan de control de plagas, de lo contrario serán sancionados. Además, se observó que al ser una zona verde en la cual se manipulan alimentos la proliferación de roedores es más común.

Figura 60

Verificación de alimentos



Según figura No. 60, el 100% de respuestas se observó que, si hay una verificación en el caso de ofrecer alimentos mediante listas de chequeo en las condiciones de manejo, preparación y servicio de alimentos, teniendo en cuenta que esto es importante para el desarrollo positivo logístico y sobre

todo en temas de control de basuras y sobre todo en eficiencia a la hora de presentar permisos de sanidad.

Figura 61

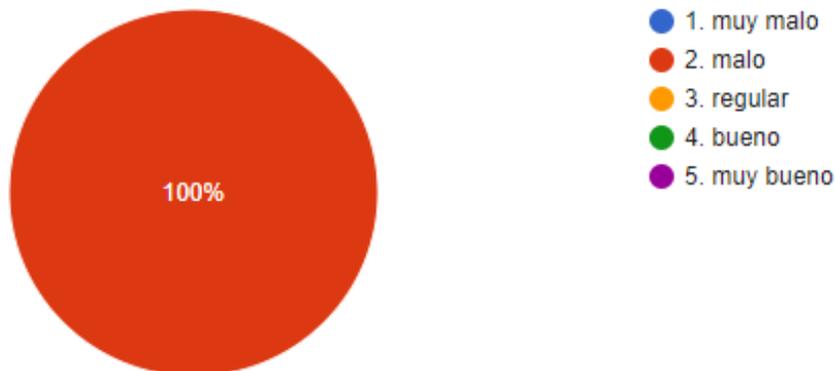
Implementos para empleados



De la figura anterior se observó que el 100% de las respuestas se encuentran en un estado en el que existen uniformes para la identificación del personal, pero carecen de algunos los elementos de identificación del personal. la ausencia de planes de control y capacitación al personal ha hecho que no se implemente este tipo de uniformes hacia los colaboradores.

Figura 62

Plan de emergencia



Según la figura No.62, se pudo observar que no cuenta con planes de emergencia esto debido a que por parte de la administración no existen planes de riesgos y por partes de los entes, no existe tampoco un plan de evacuación y de riesgos, sin embargo, en caso de desastres naturales sería la mejor opción adecuarlos, se espera que para el año 2024 se pueda reunir a todos los sectores que operan en el municipio y así poder crear el plan de emergencia.

Figura 63

Manejo ambiental



De la figura anterior, se pudo observar que los resultados arrojaron que el establecimiento tiene un plan de manejo ambiental “muy malo” para los recursos turísticos, teniendo en cuenta que el manejo ambiental es de los aspectos principales para el desarrollo de este servicio. al no existir plan de riesgos dejaron de lado también el plan de manejo ambientales. Cabe resaltar que la administración si cuenta con estrategias de basuras, pero en general no existe un plan de manejo ambiental simplemente y llanamente porque no saben cómo hacerlo.

Figura 64

Recepción de pagos



Según la figura No. 64. Se observó que el 100% de las respuestas son negativas con un “muy malo” con respecto al procedimiento en cuanto a la recepción de pagos electrónicos que debería tener establecido en este caso los recursos. Las personas que manejan el establecimiento de cafetería en el monumento no son personas que se hayan especializado en el tema de tecnologías es por esto que ellos prefieren el dinero en efectivo a la hora de captar pagos.

Figura 65

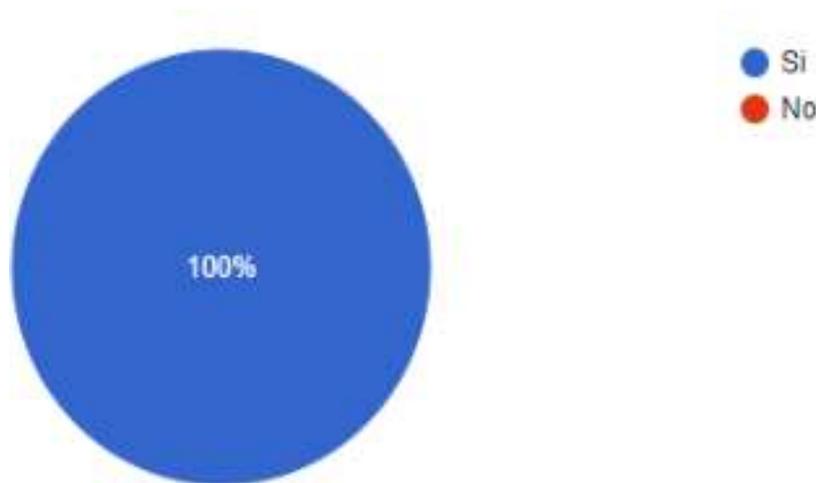
Servicio de internet



De la figura anterior, el 100% se determinó que el servicio de internet es bueno, esto con el fin de que las familias y turistas pasen un rato agradable en el monumento por otro lado se sabe que funciona un salón de eventos en este lugar el cual es indispensable contar con buena señal de internet.

Figura 66

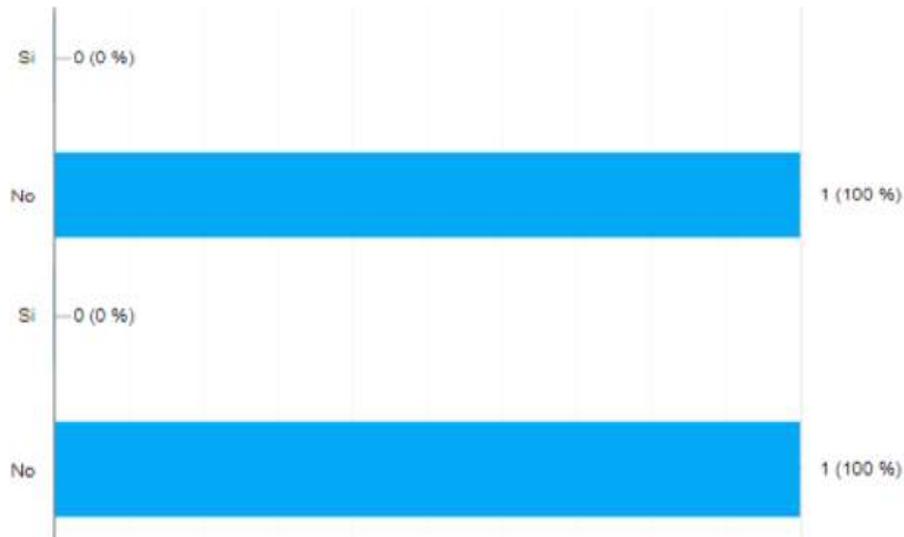
Fidelización de los clientes



Según la gráfica anterior se observó que el 100% de las respuestas dieron positivo así se realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos siendo una ventaja y diferenciador, cabe resaltar que las matrices que realizan para la recolección de la información en cuanto a fidelización de clientes son muy malas, puesto que la administración carece de experticia a la hora de recoger esta información y como no es medible no es verificable.

Figura 67

Proceso de Capacitación al personal. Evaluación y seguimiento



Se observó que en cuanto a procesos de evaluación y seguimiento y capacitación al personal la administración no cuenta con estos factores puesto que carecen de la experticia para poder realizarlo sin embargo se evidencio que a pesar de reabrir sus puertas hace no más de 3 meses uno de los objetivos es poder crear un manual de funciones, para poder capacitar y recibir retroalimentaciones por parte de los clientes.

Figura 68

Estrategias de Motivación



Según la gráfica anterior, se observó que las estrategias de motivación más relevantes fueron otras. arrojando el 100% del total de las encuestas, de esta manera se identificó que más allá de las bonificaciones y los días libres existen más estrategias de motivación las cuales hacen que los colaboradores se sientan más motivados a la hora de ejercer sus funciones.

2.2.4 Empresas de transporte del Municipio ne Puerres.

Cointrans es la única empresa de transporte en el municipio de Puerres, ofreciendo servicios de transporte de pasajeros a los residentes locales y visitantes de la zona. Fundada con el propósito de satisfacer las necesidades de movilidad de la comunidad, Cointrans se ha convertido en una empresa fundamental en la infraestructura de transporte de la región. Con una flota de vehículos capacitada, la empresa se dedica a proporcionar un transporte seguro, confiable y eficiente. Además de conectar diferentes áreas dentro del municipio, Cointrans también puede ofrecer servicios de transporte intermunicipal, facilitando el acceso a otras regiones circundantes. Cointrans desempeña un papel crucial en la conectividad y movilidad de Puerres, contribuyendo al desarrollo y bienestar de la comunidad. A continuación, se genera el análisis de las encuestas realizadas a la empresa Cointrans.

Figura 69

Estado interno del vehículo



De la figura No. 69, se observó que el 100% de los encuestados identificaron el estado interno del vehículo como regular, esto debido a que los vehículos ya cuentan con una vida útil cumplida,

lo cual hace que los interiores de los vehículos no sean agradables a primera vista. Sin embargo, podemos notar una carencia a la hora de embellecer los medios de transporte, dado que el principal objetivo de la empresa es solo abordar todos los pasajeros que se pueda en el menor tiempo posible.

Figura 70

Estado externo del vehículo



En la figura No 70 se observó que los vehículos se encuentran en un estado bueno por parte de la empresa, se hace énfasis que por dentro los vehículos se observan en un estado regular, pero por fuera se ven buenos, sin embargo, se observó que a primera vista los medios de transporte cumplieron su vida útil.

Figura 71

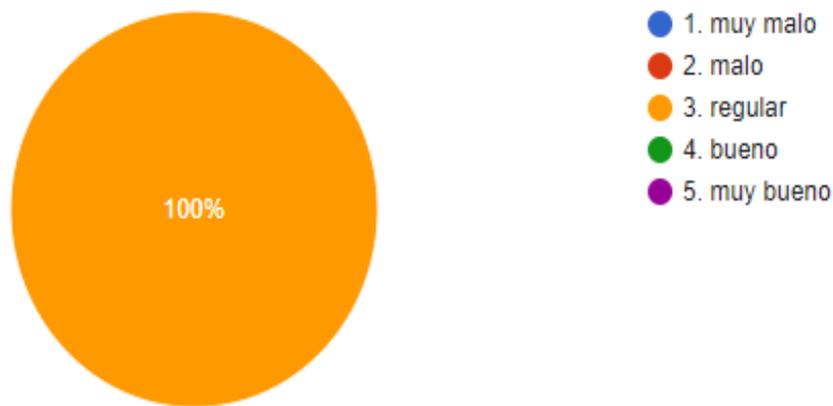
Decoración exterior



Según la figura No. 71, el 100% de las respuestas calificó a la empresa Coitrans con la decoración exterior como regular puesto que no presenta mensajes alusivos al municipio de Puerres. Esto se evidencio a la hora de abordar en las vans que se dirigen hacia el municipio de Puerres, puesto que desconoce qué color son o qué imágenes tienen para relacionarlas con el municipio.

Figura 72

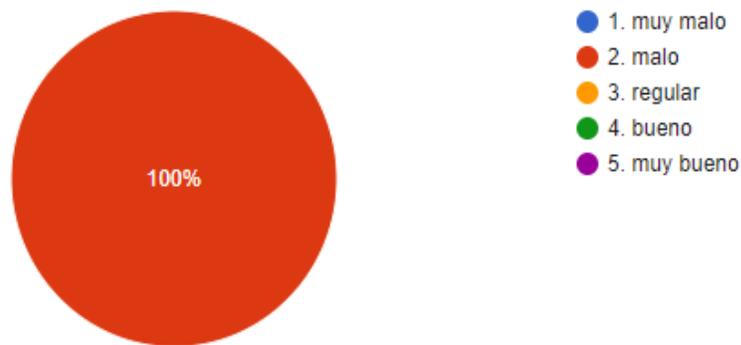
Accesibilidad y confortabilidad



Según la figura No 72. el 100% de las respuestas calificó a la empresa como regular en temas de confortabilidad esto debido que por lo general la empresa solo cumple con lo básico en servicio de transporte esto debido a que el trayecto no presenta más de una hora de viaje y por ende se puede soportar.

Figura 73

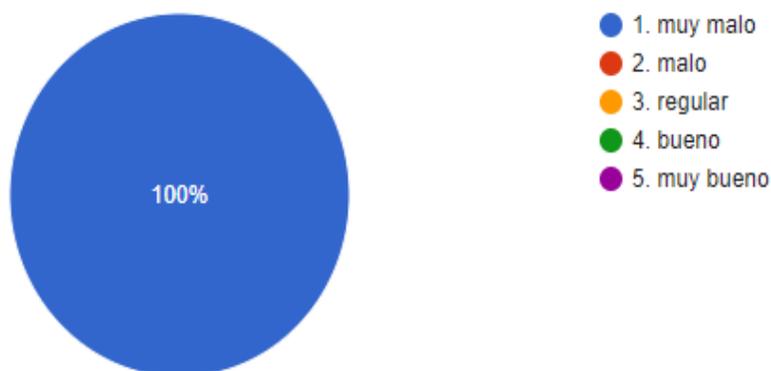
Estado de las cabinas internas



Según la figura No.73, el 100% de las respuestas calificó a la empresa como “malo” en cuanto al estado de las cabinas internas con porta equipaje de mano del vehículo. Dado que el medio de transporte es pequeño, no cuenta con espacio suficiente dentro de la cabina para guardar el equipaje de mano.

Figura 74

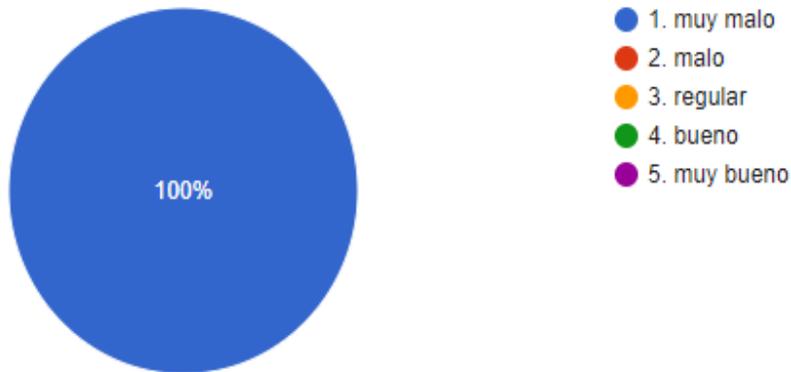
Estado de ventilación, aire acondicionado o calefacción en vehículos cerrados



Según figura anterior, el 100% de las respuestas calificaron a la empresa Coitrans como muy mala en el estado de ventilación, aire acondicionado o calefacción. esto debido a que las vans poseen una vida útil de 5 años y estas la cumplieron hace 15 años aproximadamente.

Figura 75

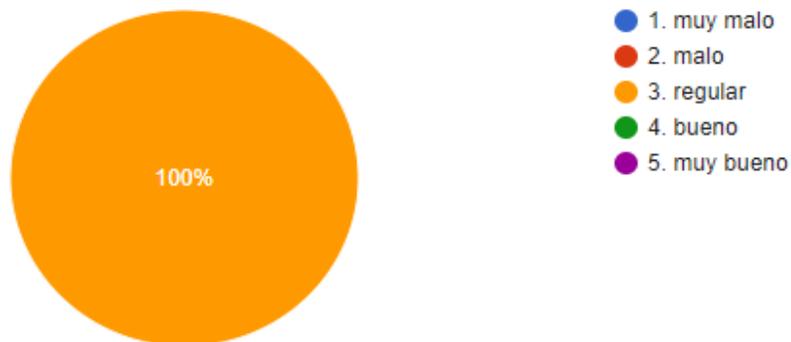
Estado de cortinas y lona



De la figura anterior, podemos observar que la empresa se ubicó en una calificación muy mala en cuanto a cortinas y lona dentro del interior de la van. Esto dado que el medio de transporte no cuenta con las cortinas.

Figura 76

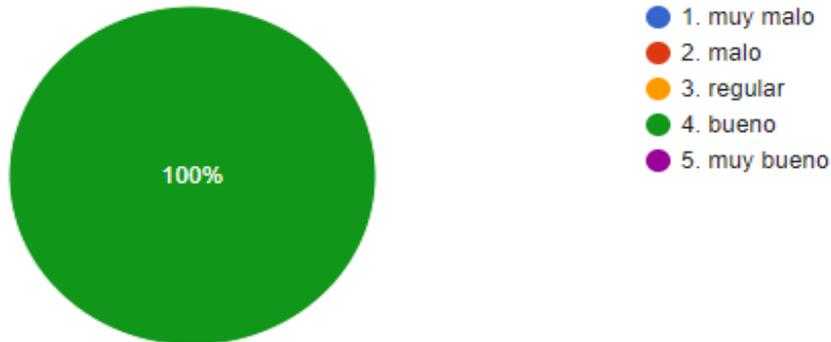
Condiciones del vehículo



Según figura anterior, el 100% de las respuestas calificaron a la empresa coitrans como regular en cuanto a las condiciones del vehículo esto debido al tiempo que tienes estos automóviles en la empresa. Se pudo observar que los vehículos llevan bastante tiempo en operación lo cual ha generado cierto desgaste al pasar del tiempo.

Figura 77

Estado de los cinturones de seguridad



Del 100% de los encuestados se observó que la empresa Cointrans posee una calificación en el estado de los cinturones como buena, esto debido a que independientemente de los años que poseen el automotor tiene que cumplir con estándares de seguridad.

Figura 78

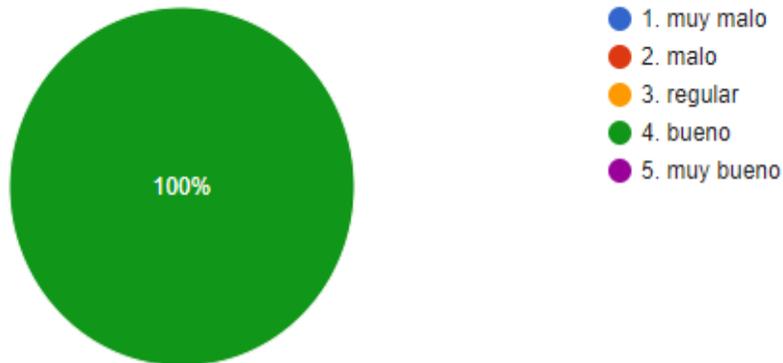
Estado de los faros



Del el 100% de los encuestados se observó que la empresa coitrans posee una calificación regular en cuanto al tema de estado de los faroles esto debido a que la empresa no viaja hasta altas horas de la noche lo cual en temas de iluminación cuenta con lo básico y permitido en movilidad.

Figura 79

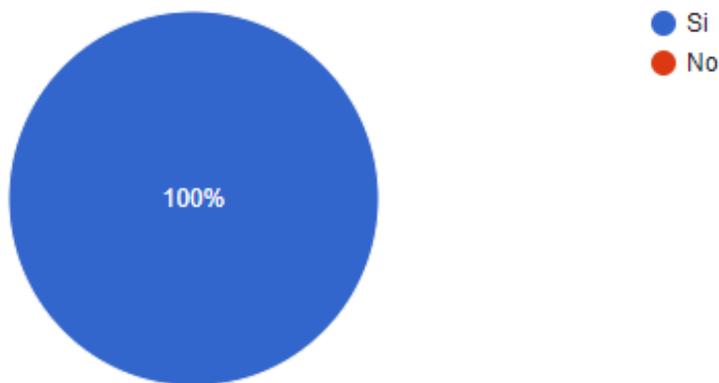
Disponibilidad de herramientas



Del el 100% de los encuestados se observó que la empresa Cointrasn posee una caja de herramientas para atender emergencias en la carretera. Dado que las empresas cumplen con todos los requisitos exigidos por la ley para operar, se encontró que las empresas sí cuenta con herramientas para atender imprevistos.

Figura 80

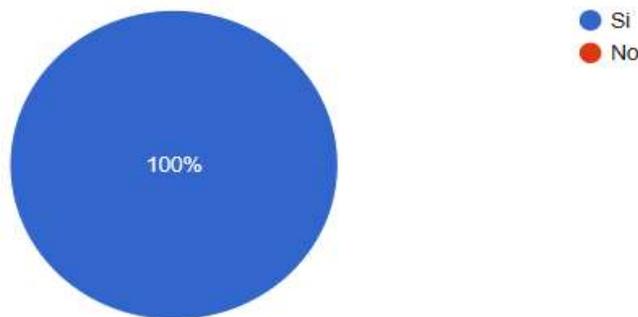
Capacitación profesional del personal



La empresa encuestada sí se observó que cuenta con capacitaciones al personal esto debido a que los choferes sufren muchas horas de viajes, esto ha hecho que se deba tomar conciencia en el manejo de la ira y sobre todo en el servicio al cliente.

Figura 81

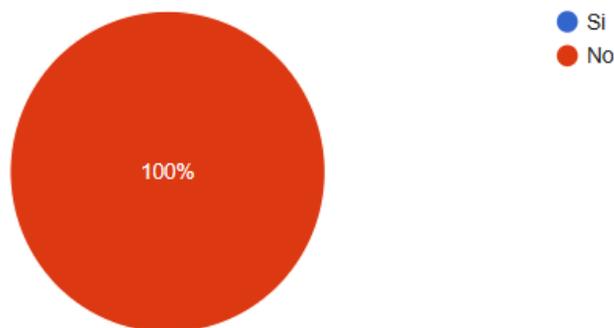
Registro en Cámara de Comercio



Según la figura anterior, el 100% de las respuestas indicaron que la empresa si está registrada ante cámara de comercio. Dado que las empresas cumplen con todos los requisitos exigidos por la ley para operar, se encontró que las empresas sí están registradas ante cámaras de comercio.

Figura 82

Afiliaciones a gremios del sector turístico



Según la figura, el 100% de las encuestas indicaron que la empresa “No” está afiliada a ningún gremio del sector turístico. A pesar de que existe gran interés por fomentar el turismo en el municipio de Puerres, la empresa no se ha afiliado a ningún gremio turístico.

Figura 83

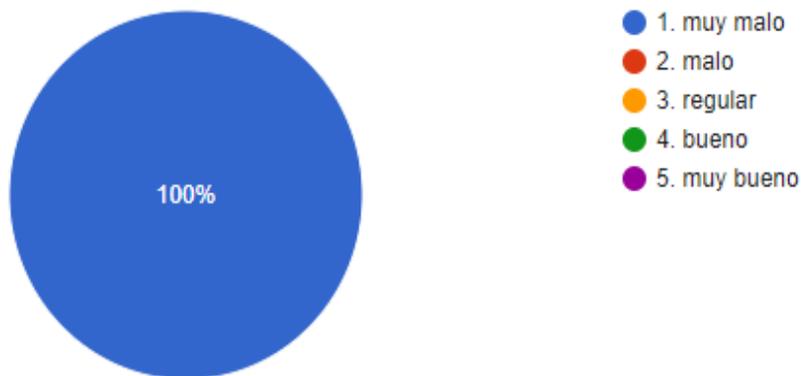
Atención al viajero



Del el 100% de las encuestas se observó que la empresa coitrans presta una atención al viajero regular, esto debido a que ellos hacen lo básico para que el viajero se sienta cómodo a la hora de viajar con la empresa. Esto quiere decir que brindar únicamente lo necesarios dentro del servicio de transporte.

Figura 84

Cumplimiento de horarios establecidos



Del el 100% de los encuestados se observó que la empresa cointras califica en el horario prestado de transporte como muy malo, esto debido a que no depende de la empresa fijar horarios. para ellos si se llena el bus se puede salir, esto hace que los viajeros se adecuen a los horarios que la empresa determina.

Figura 85

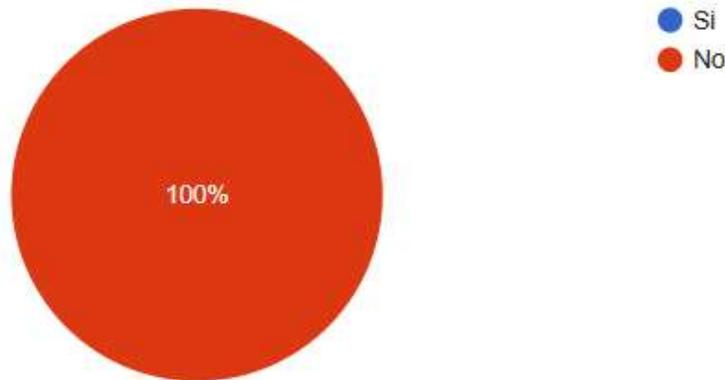
Fidelización de los clientes



Del 100% de las encuestas se observó que la empresa de transporte Cointras si hace fidelización con los clientes, pero no se evalúa puesto que para ellos solo es cumplir con los parámetros administrativos. Además, se pudo evidenciar que no cuentan con estrategias implementadas para la fidelización de sus clientes.

Figura 86

Evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a clientes



Del 100% de los encuestados se observó que la empresa no hace evaluación y seguimiento del servicio ofrecido. Ya que no ha implementado estrategias para hacer seguimiento y evaluación del servicio. Esto quiere decir que carece del conocimiento y las herramientas para evaluar la satisfacción de los clientes.

2.2.5 Empresarios que ofrecen servicios de agencias de viajes en el Municipio de Puerres

La empresa Asociación Turismo Puerres Yura se encuentra situada en el departamento de Nariño, en la localidad Puerres y su dirección postal es CRA 2 5 12 Barrio el centro, Puerres, Nariño. Asociación Turismo Puerres Yura, Está constituida como una Entidad sin ánimo de lucro. El objetivo de la agencia es fortalecer el sector turístico en el municipio de Puerres, si bien se tiene conocimiento que los entes territoriales como las alcaldías del municipio, no han contribuido en nada al desarrollo religioso turístico de la región, es válido afirmar que la agencia turismo Puerres yura ha sido la encargada de gestionar todo lo relacionado con; señalización y marketing en el municipio de Puerres. a continuación, se presenta los resultados arrojados por el levantamiento de las encuestas realizadas a la empresa yura.

Figura 87

Periodicidad del servicio



De figura No. 87 se observó que La empresa Yura presta sus servicios solo en épocas decembrinas puesto que es donde más flujo de personas se encuentra. Sin embargo, ellos disponen de operación en todo el año, cabe aclarar que si los grupos de personas era muy pequeño ellos no prestan el servicio hacia los lugares turísticos puesto que los costos logísticos no les alcanza.

Figura 88

Servicios que presta la agencia



De la figura No.88. El 100% de los encuestados en este caso, la empresa yura agencia de viajes, arrojó diferentes tipos de turismo sin embargo se mantiene en una calificación regular puesto que

el apoyo de diferentes organizaciones gubernamentales ha hecho que no cuentes con el acceso hacia los destinos turísticos.

Figura 89

Servicios para el turista internacional, nacional y local



Según la figura No. 90 Se observó que la empresa se ubicó en una calificación buena en cuanto a prestar servicios para el turista internacional, nacional y local, esto debido a su compromiso con fortalecer el turismo en la región y sobre todo porque son la única agencia que tiene una estructura organizacional adecuada. Si bien obtener estos estándares ha sido un gran reto la agencia es reconocida por la región.

Figura 90

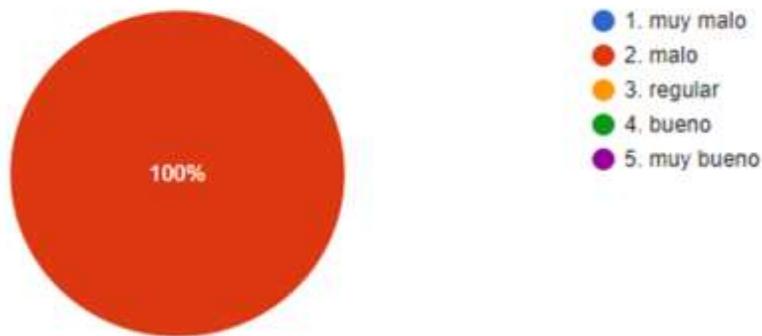
Programas de publicidad



Del el 100% las respuestas se observaron en la gráfica que la empresa yura se encuentra en una calificación regular esto debido a que no poseen un plan de publicidad muy alto, debido a temas económicos. Todos los rubros obtenidos por la agencia se han destinado hacia el municipio es por eso que se tiene una problemática de impulsar la agencia mediante el marketing.

Figura 91

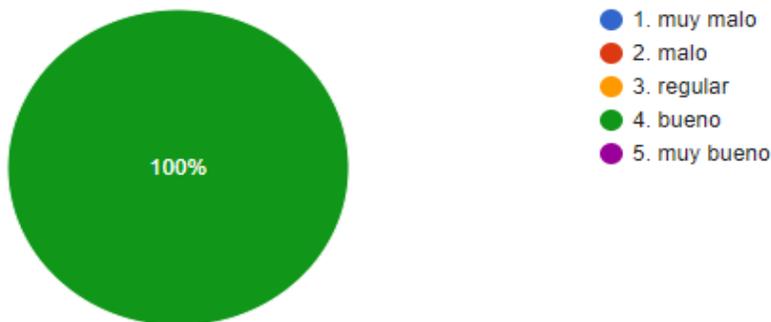
Convenios y alianzas



En la figura, se observó que la empresa yura se encuentra en una calificación mala en cuanto a convenios y alianzas para la promoción y desarrollo de su actividad turística. esto debido a que carece de alianzas estratégicas a la hora de fomentar el turismo.

Figura 92

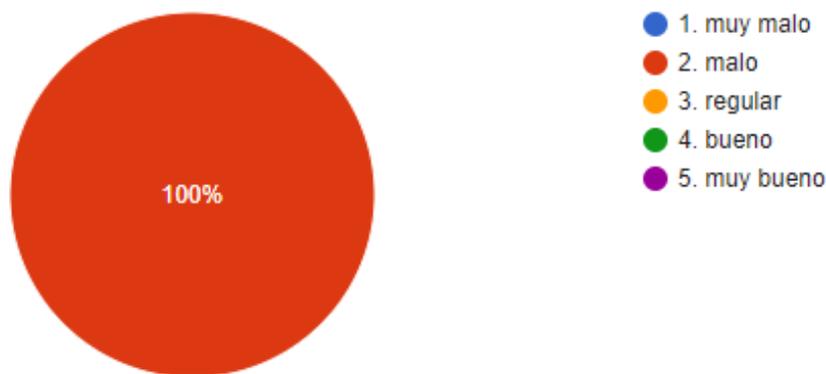
Reconocimiento y aceptabilidad



En la figura se observó que la empresa se mantiene en el reconocimiento y aceptabilidad en la prestación de servicios en la región en una calificación buena esto debido a que la agencia yura ha sido la única encargada en fomentar el turismo y brindar información y señalización de los sitios turísticos en el municipio de Puerres.

Figura 93

Plan de emergencia



En la figura se observó que el establecimiento no cuenta con plan de emergencia esto debido a que no está definido un plan de riesgos en la zona del municipio de Puerres es por ende que este sector no es el único que carece de este problema.

Figura 94

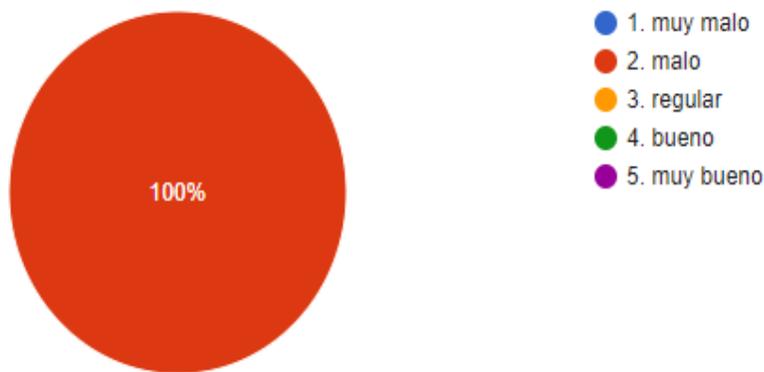
Plan de manejo ambiental



Se observó que en la figura No.94. Se contó con un plan bueno de manejo ambiental, esto debido a que la agencia yura ofrece sitios turísticos donde es importante el cuidado ambiental. Es por esta razón que es importante contar con estos planes.

Figura 95

Señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales



Del 100% de los resultados de la gráfica No.181. Determinó que la agencia Yura no posee buena señalización en el tema de riesgos. Esto debido a que no posee el municipio un plan de riesgos.

Figura 96

Pagos electrónicos



Se puede observar en la figura No. 96. Que la empresa no acepto pagos por medios electrónicos. esto debido a que para ellos el tema tecnológico sigue siendo una barrera en la cual no comprenden muy bien sin embargo ellos manejan una plataforma que es Nequi. La más utilizada.

Figura 97

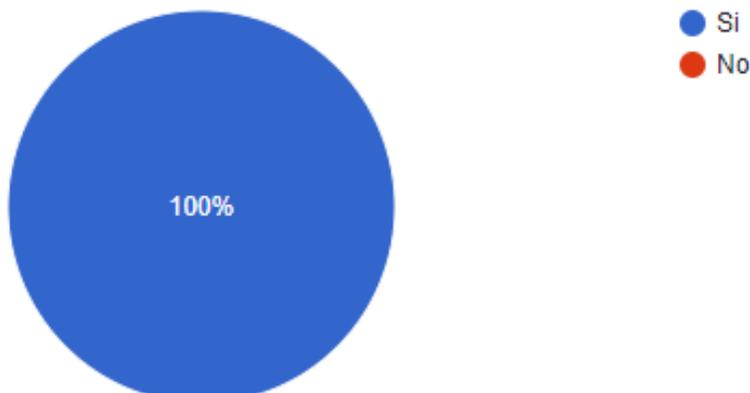
Servicio de internet



Según se puede observar en la figura No. 97. La empresa cuenta con un servicio regular a la hora de brindar servicio de internet para sus clientes. Esto quiere decir que la empresa si cuenta con el servicio de internet para sus clientes, pero gracias a la observación directa se pudo determinar que el internet es muy lento.

Figura 98

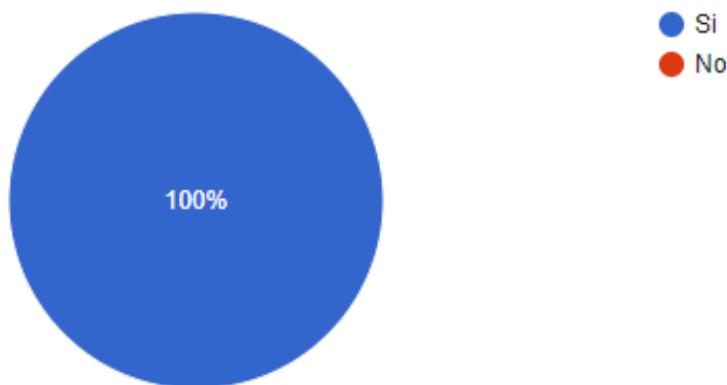
Fidelización de los clientes



Se observó en la figura No.98. Que la empresa si cuenta con estrategias de fidelización para sus clientes, esto con el propósito de recibir retroalimentaciones que ayude al crecimiento y expansionismo de la marca. Se evidenció, además, que la empresa conoce la importancia de la buena imagen y trabajan constantemente en mejorar para que sus clientes los recomiendan.

Figura 99

Capacitaciones al personal



Se observó en la figura No.99. Que, si se realizan capacitaciones por parte de la agencia yura, esto con el fin de que sus colaboradores siempre están al margen de buenas prácticas de servicio al cliente. Esto quiere decir que la empresa posee conocimientos y estrategias de atención al cliente y capacitan a su personal para cumplir con las expectativas del cliente.

Figura 100

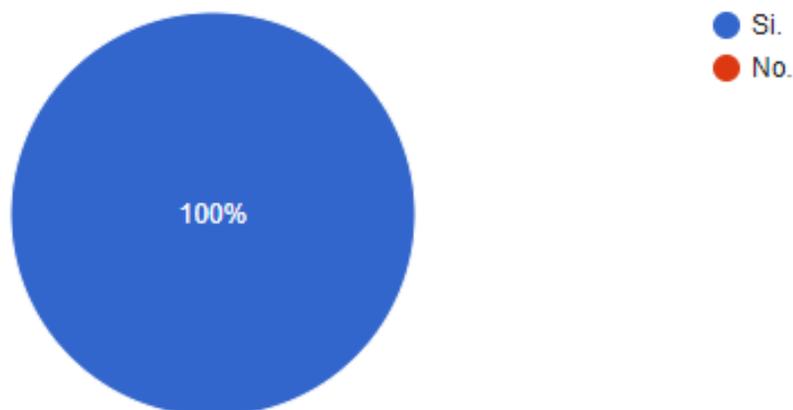
Estrategias de motivación



De la gráfica anterior se puede observar que la variable que más motivó al talento humano es otros. ellos lo que buscan es buenas alianzas estratégicas para fortalecer y capacitar a su talento humano, más allá de las bonificaciones y días libres se busca un beneficio para la comunidad.

Figura 101

Proceso de evaluación y seguimiento del servicio



Se observó en la figura No. 101. Que la empresa Yura si evalúa y sigue el servicio ofrecido hacia sus clientes esto con el fin de promover el turismo cultural y religioso en la región. Esto

quiere decir que la empresa muestra su compromiso por desarrollar el turismo en el municipio de Puerres e implementa herramientas para mejorar el servicio.

2.2.6 Hoteles o posadas turísticas en el municipio de Funes

En el municipio de Funes existen posadas que brindan el servicio de hospedaje de manera informal o tradicional, estas posadas no están registradas ante Cámara de Comercio. Por esta razón, no se las tomó en cuenta como agentes turísticos en la presente investigación. Así mismo, el municipio cuenta con dos hoteles: Hotel El Sol y Hotel Luger. Estos establecimientos están registrados ante la Cámara de Comercio. Por esa razón, se los considerará como agentes potenciales de turismo gracias a su infraestructura y servicio.

A continuación, se presenta la información detallada que se recolectó en la aplicación del instrumento de información con los administrativos y las entrevistas con los clientes del Hotel El Sol y el Hotel Lufer del municipio de Funes. Se entiende por hotel un alojamiento de huéspedes o viajeros, un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño.

Las autoridades que se encargan de regular el hotelería y el turismo en el departamento de Nariño son; El Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), encargado de administrar los recursos destinados a la promoción y competitividad del turismo en Colombia.

Cotelco: (Asociación Hotelera y Turística de Colombia) Es un gremio que representa y apoya al sector hotelero y turístico en Colombia. Ofrece una variedad de servicios, incluyendo capacitaciones, estadísticas e información del sector, guía de proveedores, reservas de hoteles, y programas de formación.

Se pudo analizar de los resultados de la aplicación de la encuesta y las diferentes entrevistas que en el municipio de Funes tiene hoteles afiliados a COTELCO, por lo tanto, estos establecimientos están al margen de la norma.

Figura 102

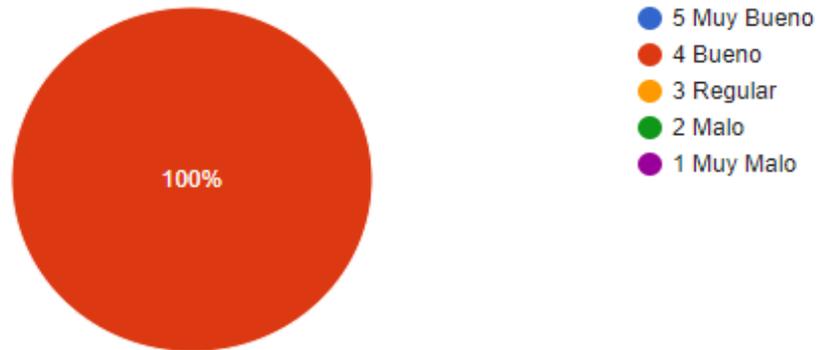
Sala de estar hotel el Sol



Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que la estructura de la mayoría de estos alojamientos es bastante precaria. Estos establecimientos no cuentan con piscinas o este tipo de construcciones, pero sí cuentan con lo necesario para tener una estancia agradable. A continuación, se describe el estado de la infraestructura desde las variables evaluadas.

Figura 103

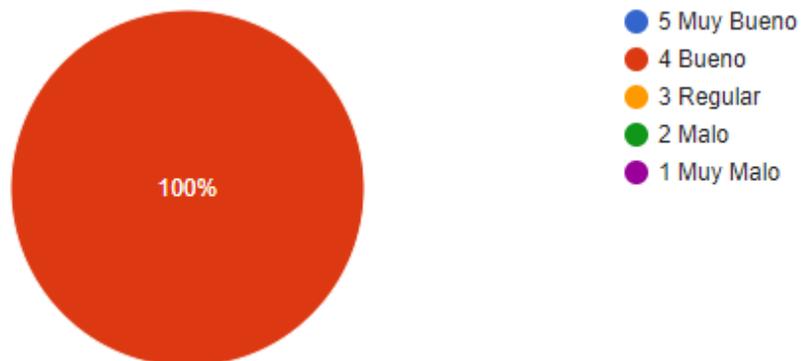
Estado de conservación de la estructura



La figura indica, que el 100% de las encuestas calificaron el estado de conservación de la estructura como pisos, paredes, cielo raso y techo como “Bueno”. Esto indicó una percepción positiva en cuanto a la estructura de los establecimientos. Cabe resaltar que los hoteles son relativamente nuevos, no tienen más de 5 años de antigüedad, por lo cual la estructura está muy bien conservada.

Figura 104

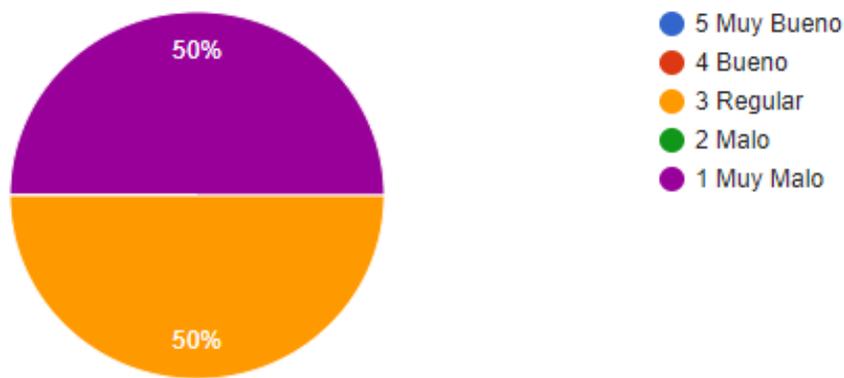
Estado de conservación de elementos móviles



La figura indica que el 100% de las encuestadas calificaron el estado de conservación de los elementos móviles como, puertas, ventanas como “Bueno”. Cabe resaltar que los hoteles son relativamente nuevos, no tienen más de 5 años de antigüedad, por lo cual los muebles y enseres están muy bien conservados.

Figura 105

Espacios públicos organizados

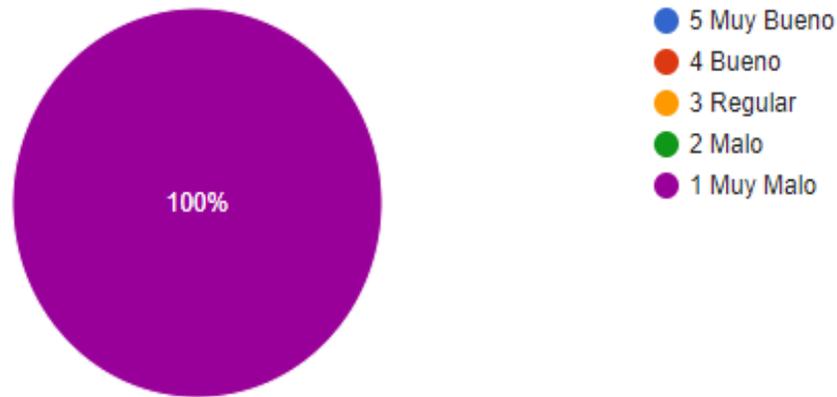


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto a la organización de los espacios públicos para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas y la movilidad de personas con discapacidad.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel Lufer como “Muy malo” en cuanto a la organización de los espacios públicos para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas y la movilidad de personas con discapacidad.

Figura 106

Espacios públicos y organizados



La figura indica, que el 100% de las encuestas calificaron los espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas, incluyendo a aquellas con discapacidad, como “Muy malo”. Esto gracias a que los hoteles no cuentan con la estructura necesaria para recibir a personas discapacitadas. Por otro lado, gracias a la observación directa se pudo afirmar que los hoteles cuentan con lugares públicos como cocina, o terraza disponible para los clientes que se queden por bastante tiempo.

Figura 107

Diseño de acuerdo al estilo de la cultura local

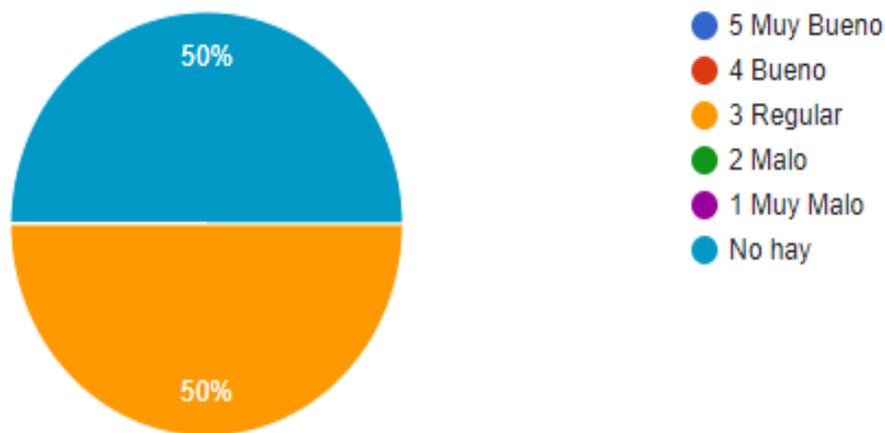


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto, al diseño y construcción de acuerdo al estilo de la cultura local; con materiales sólidos de origen local; en armonía con el entorno y en función de las condiciones climáticas.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel Lufer como “Muy malo” en cuanto al diseño y construcción de acuerdo al estilo de la cultura local; con materiales sólidos de origen local; en armonía con el entorno y en función de las condiciones climáticas.

Figura 108

Dispositivos de protección

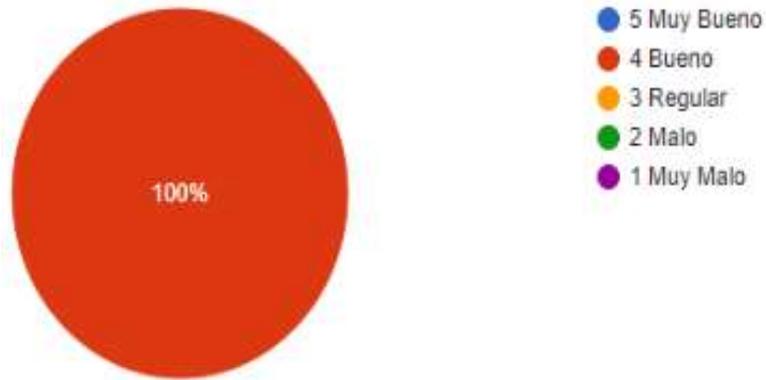


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto a los dispositivos de protección en rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas.

Según la figura, el 50% de las encuestas aseguraron que en el Hotel Lufer “No hay” dispositivos de protección en rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas.

Figura 109

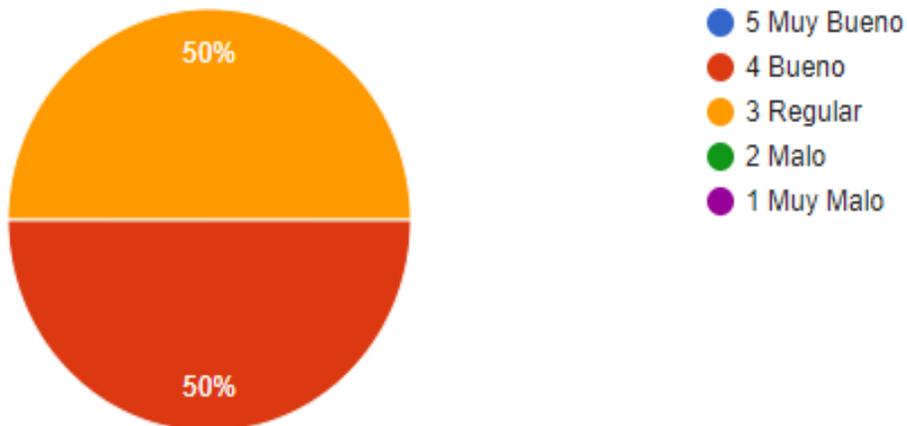
Mantenimiento



La figura indicó, que el 100% de las encuestas calificaron el mantenimiento de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería con el fin de evitar fugas, como “Bueno”. También se averiguó que los hoteles no han presentado inconvenientes en el transcurso de su participación en el mercado.

Figura 110

Trato afable, cortés y servicial



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto al trato afable, cortés, rápido y esmerado servicial del personal a todo cliente. Pero cabe resaltar que el personal intenta hacer lo mejor que puede para brindar el mejor servicio posible.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el Hotel Lufer como “Bueno” en cuanto al trato afable, cortés, rápido y esmerado servicial del personal a todo cliente. Cabe resaltar que el personal intenta hacer lo mejor que puede para brindar el mejor servicio posible.

Figura 111

Información y rótulos preventivos

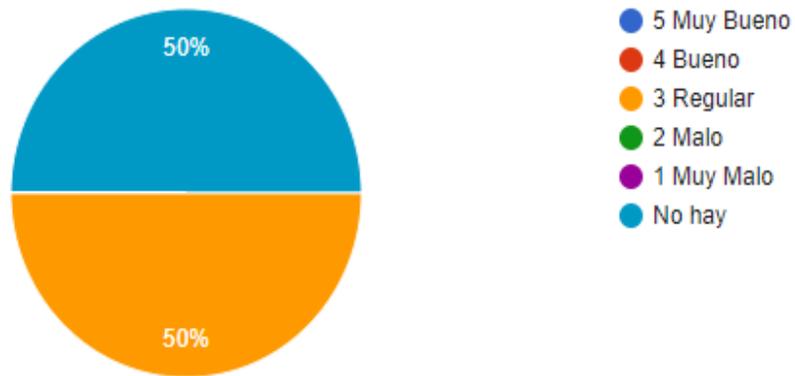


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto a la Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos. Por lo general se explica una sola vez al personal.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron que en el Hotel Lufer “No hay” en cuanto a la Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos. Por lo general se explica una sola vez al personal.

Figura 112

Dispositivos de protección para el personal



Según figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto a los dispositivos de protección para el personal en rampas, pisos resbalosos o lugares con peligro de caídas.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron que en el Hotel Lufer “No hay” en cuanto a los dispositivos de protección para el personal en rampas, pisos resbalosos o lugares con peligro de caídas.

Figura 113

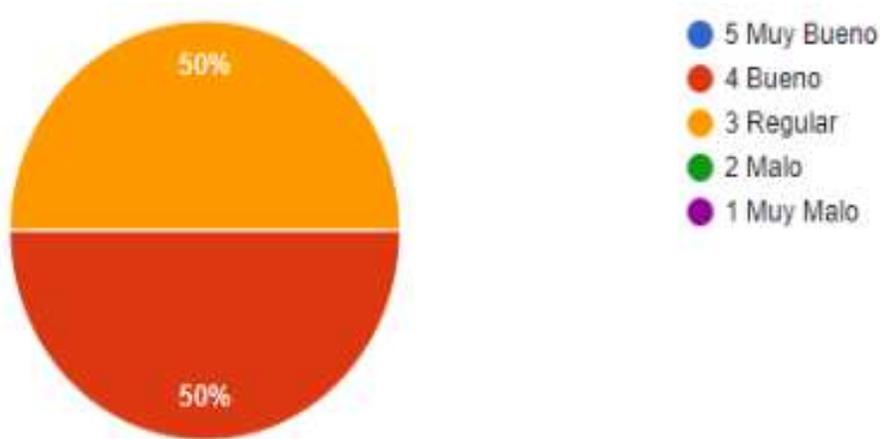
Personal entrenado para emergencias



La figura mostró que el 100% de las encuestas calificaron al personal en cuanto a su preparación para emergencias o manejo de equipo de primeros auxilios como botiquín, equipo contra incendios o catástrofes naturales, lo califican como “Malo”. Se evidenció que el personal no recibe capacitaciones para situaciones de emergencia, así mismo también se evidenció que los hoteles no cuentan con programas de capacitación de emergencias.

Figura 114

Equipos de protección del personal



Según figura, el 50% de las encuestas calificaron al hotel el Sol como “Regular” en cuanto a los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al hotel Lufer como “Bueno” en cuanto a los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.

Figura 115

Capacitaciones al personal



La figura mostró que el 100% de las encuestas aseguraron que “Si” se realizaron capacitación al personal. Las capacitaciones se enfocaron al uso de los aparatos eléctricos, servicio al cliente, entre otras. Se pudo evidenciar que las capacitaciones son muy esporádicas, y por lo general se brindan cuando el personal es nuevo.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que dentro de los establecimientos encargados del hospedaje en el municipio de Funes existe una baja cultura organizacional en cuanto al servicio al cliente. Pues el personal carece de habilidades para atender a los clientes, además no prestan atención a los detalles. Por otro lado, un aspecto positivo que se puede rescatar en el servicio al cliente, es que las personas intentan hacer lo mejor que pueden para que el cliente se sienta bien atendido. A continuación, se describe el servicio al cliente desde las variables evaluadas.

Figura 116

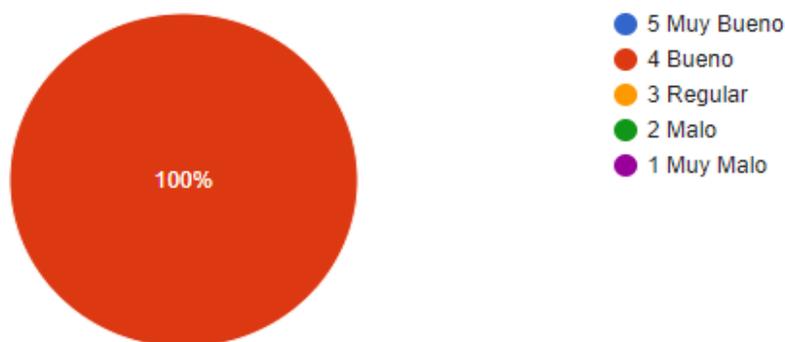
Servicio de alojamiento



La figura mostró que el 100% de las encuestas calificaron el servicio de alojamiento, como “Bueno”. Se evidenció que el personal a pesar de no tener capacitaciones constantes sobre el servicio al cliente, se esmeran por brindar un buen servicio al turista.

Figura 117

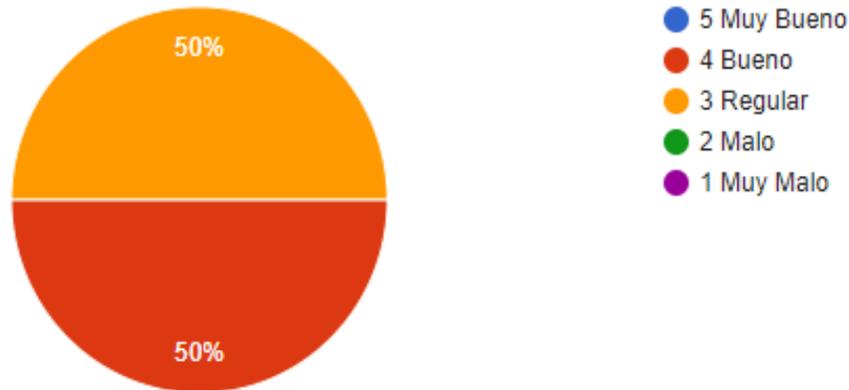
Servicio acogedor, agradable y confortable



La figura mostró que el 100% de las encuestas calificaron el servicio de alojamiento, como “Bueno”. Se evidenció que el personal posee características acogedoras, confortables y agradables que hacen satisfactoria la estancia en los establecimientos.

Figura 118

Servicios complementarios al de alojamiento



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al Hotel El Sol como “Regular” en cuanto a los servicios complementarios de alojamiento como estacionamiento, gimnasio, lavandería, entre otros.

Según figura, el 50% de las encuestas calificaron el Hotel Lufer como “Bueno” en cuanto a los servicios complementarios de alojamiento como; estacionamiento, gimnasio, lavandería, otros.

Figura 119

Actitud y vestimenta del personal



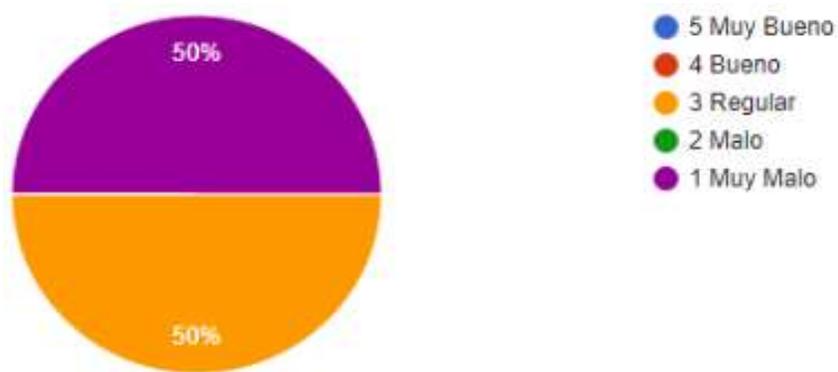
La figura mostró que el 100% de las encuestas calificaron la actitud acogedora y la dotación adecuada del personal como “regular”. Se pudo evidenciar que la actitud del personal fue es muy buena pero no cuentan con dotación acorde a los establecimientos de negocio, por esa razón se catalogó como regular.

Gráfica

37

Figura 120

Recepción de pagos electrónicos

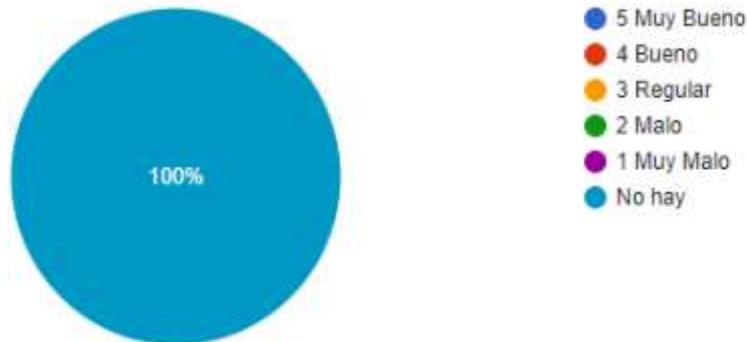


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al hotel el Sol como “Regular” en cuanto a la recepción de pagos electrónicos o pago por medio digitales.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el hotel Lufer como “Bueno” en cuanto a la recepción de pagos electrónicos o pago por medio digitales.

Figura 121

Servicio de alimentación



La figura mostró que el 100% de las encuestas afirmaron que “No hay” servicio de alimentación en los establecimientos. Por otra parte, gracias a la observación directa y la aplicación de las entrevistas se pudo conocer que los hoteles tienen asociaciones con restaurantes para que los clientes puedan acceder al servicio de alimentación.

2.2.7 Restaurantes en el municipio de FUNES

En el municipio de Funes existen varios restaurantes que brindan el servicio de alimentación de manera informal o tradicional, estos restaurantes no están registrados ante cámara de comercio, por esas razones no fueron considerados como recursos potencializadores de turismo para la presente investigación.

Así mismo, la mayoría de restaurantes también brindan el servicio de cafetería, panadería y alquiler de salón para eventos, así como se puede ver en la imagen número 11. Existen dos restaurantes que sí están registrados ante cámara de comercio, y presentan características atractivas; el restaurante Makari y el restaurante Leña y sabor el pinchaito. Se entiende por restaurante; un establecimiento comercial donde las personas pueden disfrutar de comida preparada y servida por una tarifa.

Figura 122

Restaurante y panadería Makari



Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que la estructura ayuda a ofrecer un buen servicio, ya sea por sus características acogedoras o por sus grandes espacios para compartir. A continuación, se describe de manera detallada las variables evaluadas:

Figura 123

Servicios sanitarios



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Bueno” en cuanto al equipamiento de los sanitarios. Se pudo evidenciar que cuentan con un sanitario para mujeres y otro para hombres con el equipamiento básico de aseo.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y sabor el pinchaito como “Regular” en cuanto al equipamiento de los sanitarios. Se pudo evidenciar que no cuentan con un sanitario para mujeres y otro para hombres y además no tiene el equipamiento básico de aseo.

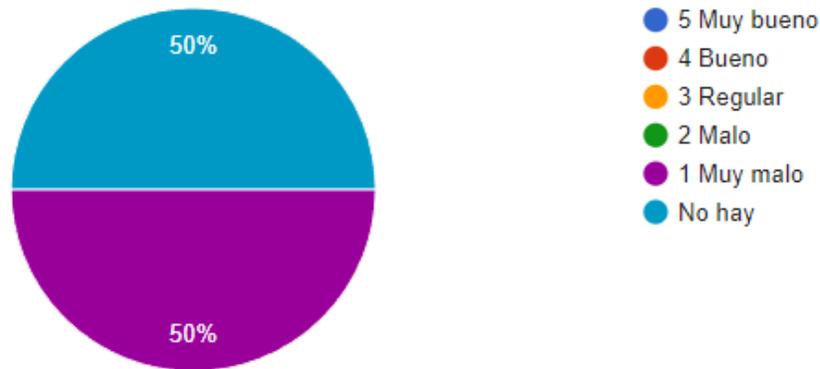
Figura 124

Recipientes para basura



La figura indica, que el 100% de las encuestas calificaron la cantidad de recipientes para recolectar la basura, como “regular”. Se pudo evidenciar que los recipientes de basura no están visibles para los comensales, pero los establecimientos si cuentan con recipientes de basura dentro de sus instalaciones.

Figura 125
Señalización



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Muy malo” en cuanto a la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR como; planos de evacuación detrás de las puertas, señalización de evacuación y salida de emergencia y puntos de encuentro.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y sabor el pinchaito “No hay” en cuanto a la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR como; planos de evacuación detrás de las puertas, señalización de evacuación y salida de emergencia y puntos de encuentro.

Figura 126
Instalaciones



La figura indico, que el 100% de las encuestas calificaron las Instalaciones adecuadas y seguras de cocina y cafetería según normas vigentes, como “regular”. Se pudo evidenciar que los establecimientos no siguieron los lineamientos vigentes para la adecuación de las instalaciones.

Gracias a la observación directa y a la aplicación del instrumento de recolección de información se puede afirmar que, la mayoría de los establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación cuentan con poco personal, entre dos a tres personas normalmente. En temporada alta como en los meses de feriado o fiestas patronales, el personal puede llegar hasta 8 o 15 personas. A continuación, se describe el talento humano desde las variables que se evaluó.

Figura 127

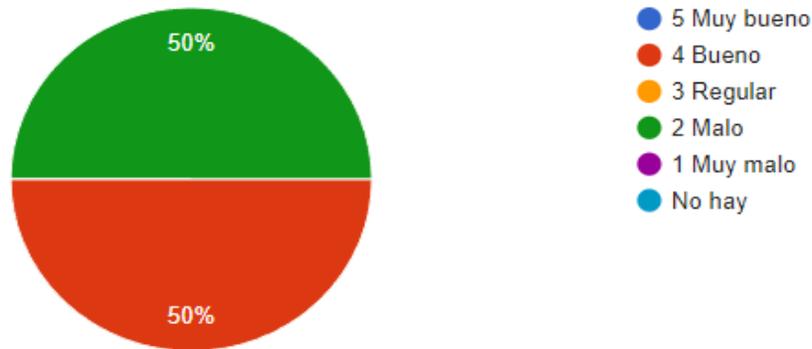
Uniformes adecuados y equipos de protección



La figura indica, que el 100% de las encuestas afirmaron como “regular” al uso de dotación por parte de los empleados que manipulan alimentos. Se pudo evidenciar que el servicio es bastante empírico por lo cual, la dotación del personal no es una prioridad al momento de prestar el servicio de alimentación.

Figura 128

Equipos de protección para el personal



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Bueno” en cuanto a los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y sabor el pinchaito como “Malo” en cuanto a los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.

Figura 129

Capacitaciones al personal

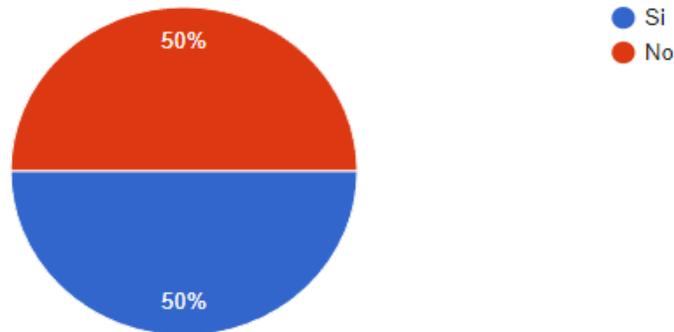


La figura indico, que el 100% de las encuestas aseguraron que “Si” se realiza capacitación al personal. Las capacitaciones se enfocan en el uso de los aparatos eléctricos, servicio al cliente,

entre otras. Por lo general se realizan capacitaciones para el nuevo personal o para atender eventos especiales como fiestas patronales, entre otras.

Figura 130

Información y rótulos preventivos

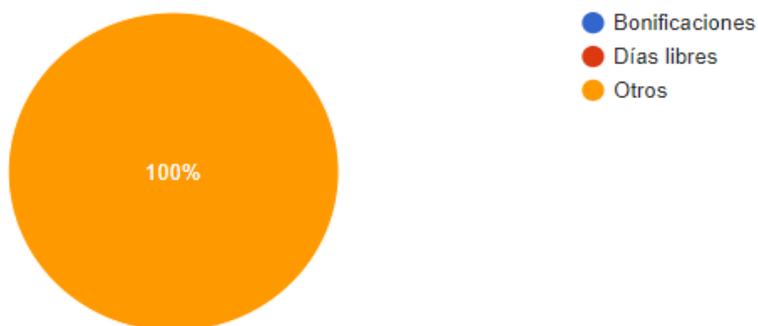


Según la figura, el 50% de las encuestas aseguraron que el restaurante Makari "Si" brinda información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos.

Según la figura, el 50% de las encuestas aseguraron que el restaurante Leña y sabor el pinchaito "No" brinda información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos.

Figura 131

Estrategias de motivación para el talento humano



La figura indico, que el 100% de las respuestas afirmaron que si se utilizan estrategias diferentes a bonificaciones o días libres para motivar al talento humano. Se pudo evidenciar que los establecimientos utilizan estrategias básicas para motivar al personal, y que existe voluntad por mantener motivados a los colaboradores.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que el servicio al cliente es bastante tradicional y empírico. Si bien las personas intentan ser amables; el servicio al cliente se ha ido transmitiendo de generación en generación y eso se refleja en la falta de preparación o capacitación para brindar un buen servicio. Esta forma tradicional de atender a la gente puede ser mal vista por los turistas que día a día son más exigentes. A continuación, se describe de manera detallada las variables que se evaluó:

Figura 132

Servicios sanitarios

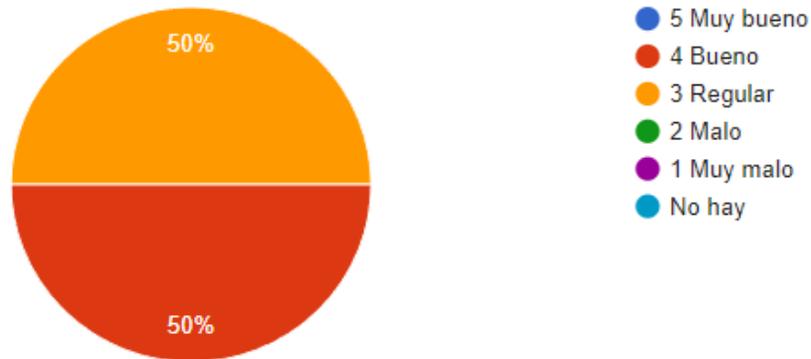


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Bueno” en cuanto a los sanitarios y su separación por género.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y sabor el pinchaito como “Regular” en cuanto a los sanitarios y su separación por género.

Figura 133

Programas de desinfección y limpieza

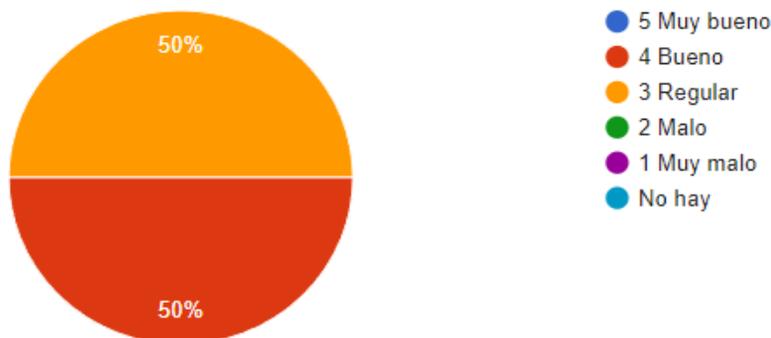


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Buena” en cuanto a los programas de desinfección y limpieza.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y sabor el pinchaito como “Regular” en cuanto a los programas de desinfección y limpieza.

Figura 134

Programas de control de plagas

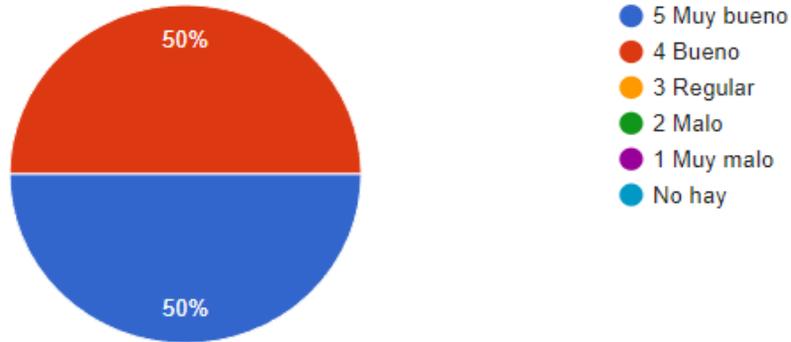


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Buena” en cuanto a los programas de control de plagas.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y Sabor el Pinchaito como “Regular” en cuanto a los programas de control de plagas.

Figura 135

Ventilación

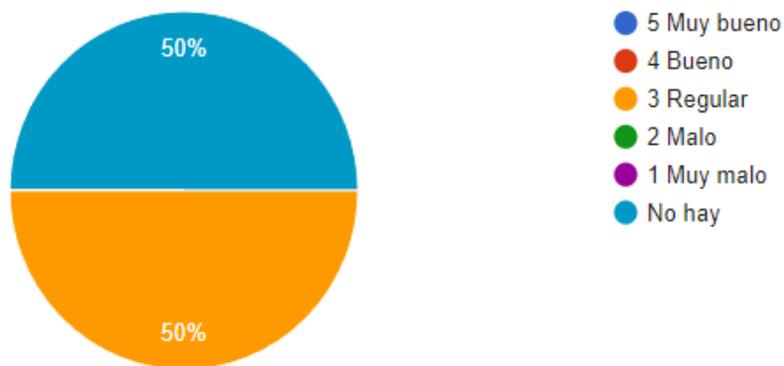


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Bueno” en cuanto a buena ventilación que permite la remoción de olores y calor.

Según la figura, el 50% de las respuestas calificaron al restaurante Leña y Sabor el Pinchaito como “Muy Bueno” en cuanto a buena ventilación que permite la remoción de olores y calor.

Figura 136

Servicio de internet

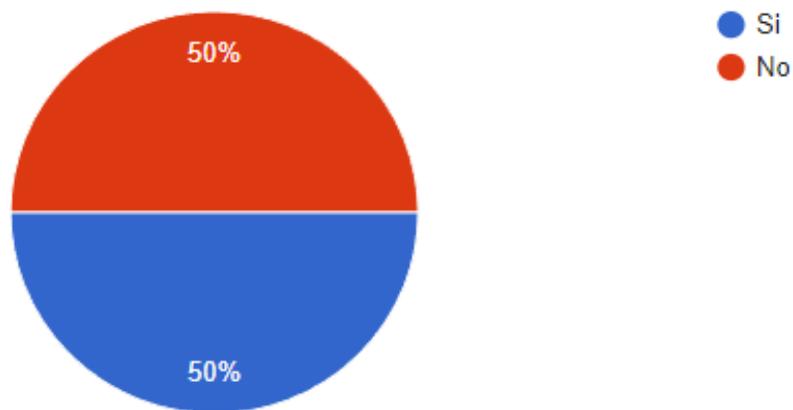


Según la figura, el 50% de las encuestas confirmaron que en el restaurante Makari “No hay” servicio de internet para sus clientes.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y Sabor el Pinchaito como “Regular” en cuanto al servicio de internet para sus clientes.

Figura 137

Fidelización de los clientes

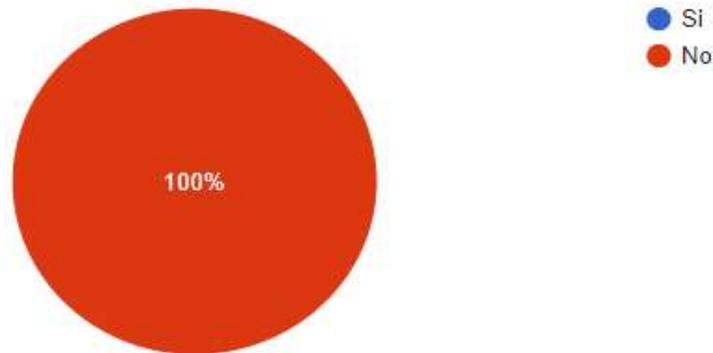


Según figura, el 50% de las encuestas confirmaron que en el restaurante Makari “No” implementa estrategias para fidelizar a sus clientes.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y Sabor el Pinchaito “Si” implementa estrategias para fidelizar a sus clientes. Una de sus estrategias es mantener la tradición de cocinar con leña para darle más sabor a sus recetas.

Figura 138

Procesos de evaluación y seguimiento



La figura anterior indicó que el 100% de las encuestas afirmaron que no se realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes. Esto indicó una percepción negativa en cuanto al proceso de evaluación y seguimiento.

Figura 139

Los servicios sanitarios



Según la figura, anterior, el 50% de las encuestas calificaron el restaurante Makari como “Bueno” en cuanto a los servicios sanitarios debidamente equipados con implementos de aseo.

La figura, el 50% de las encuestas calificaron al restaurante Leña y Sabor el Pinchaito como “Regular” en cuanto a los servicios sanitarios debidamente equipados con implementos de aseo.

2.2.8 Recursos turísticos del municipio de Funes.

La Chilidoña o también es conocida como la loma del gritón, es una cascada ubicada en la vereda Chapal, que está ubicada aproximadamente a media hora del casco urbano, en esta verdad es un lugar muy visitado por los funeños. Donde se ofrece un lugar para desconectarse de la cotidianidad, realizar recorridos ecológicos y disfrutar de su paisaje natural, así como se ve en la imagen número 13. El municipio de Funes cuenta con recursos naturales que pueden ser potencializadores de turismo, pero lastimosamente no existe infraestructura para poder conocerlos o brindar una experiencia a los turistas, por esa razón no se los tuvo en cuenta para la presente investigación, solo se consideró la casaca la Chilidoña como recurso potencializador de turismo en el municipio.

Figura 140

Cascada Chilidoña



Fuente: Wikiloc, 2023.

Se entiende por recurso turístico al conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros, haciendo así posible la actividad turística.

Gracias a la aplicación del instrumento de investigación y las entrevistas, se pudo afirmar que:

Figura 141

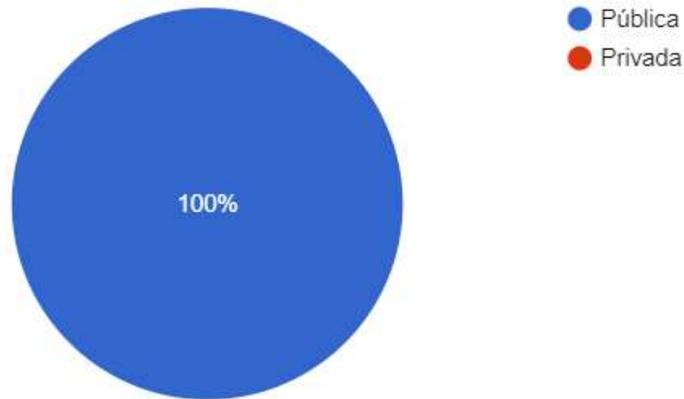
Administración de los recursos turísticos



De la figura anterior, se concluyó que el 100% de las respuestas afirmaron que “No hay” servicios básicos de alimentación, señalización de riesgos profesionales, control de plagas, verificación de alimentos, dotación para los empleados, plan de emergencia (siendo una cascada es muy importante este aspecto) recepción de pagos digitales o servicio de internet. La anterior información dejó en evidencia el estado empírico del recurso turístico.

Figura 142

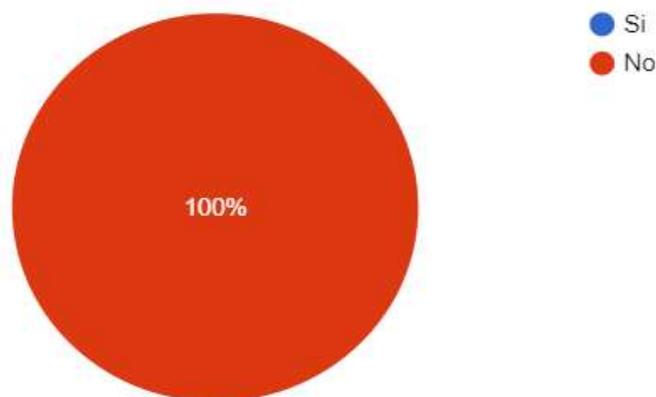
Administración del recurso turístico



Según la figura, se pudo concluir que la administración del recurso turístico es pública. Por otra parte, gracias a la observación directa se averiguó que existe una persona encargada de cobrar 10.000 pesos para ingresar al recurso turístico, esto debido a que para llegar al recurso hay que pasar por una propiedad privada.

Figura 143

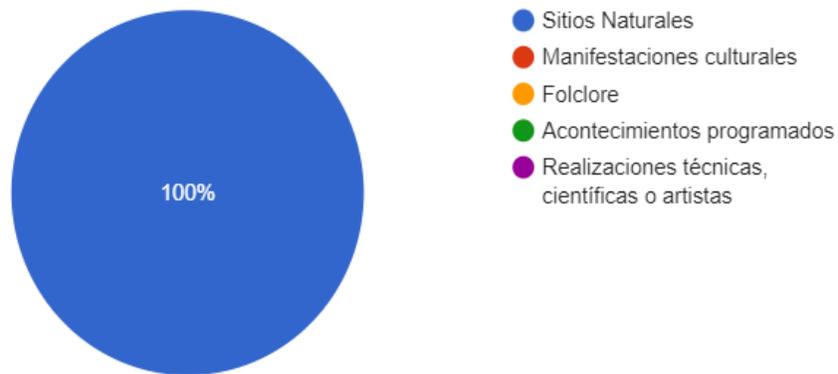
Agencia de Turístico



En la figura, se pudo concluir que el recurso turístico no pertenece a un gremio del sector turístico. Por otra parte, se pudo afirmar que varias entidades del sector público han mostrado interés por promover este atractivo turístico como un destino en el departamento de Nariño.

Figura 144

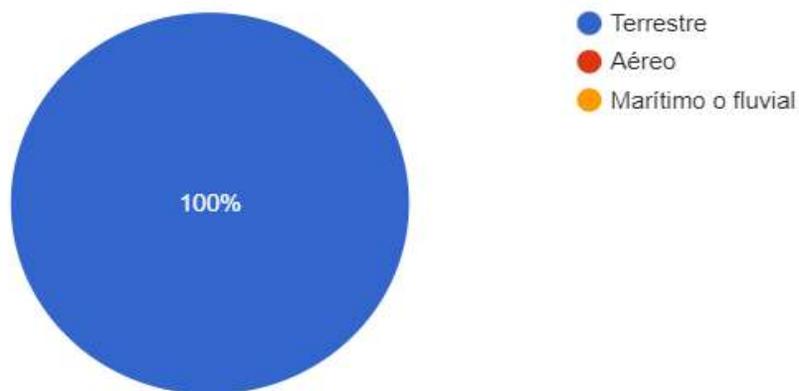
Categoría del recurso turístico



Según la figura anterior se pudo afirmar que el establecimiento pertenece a la categoría de recurso turístico “sitios naturales”. Porque es una cascada y está ubicada en el sector rural, aproximadamente a media hora del casco urbano.

Figura 145

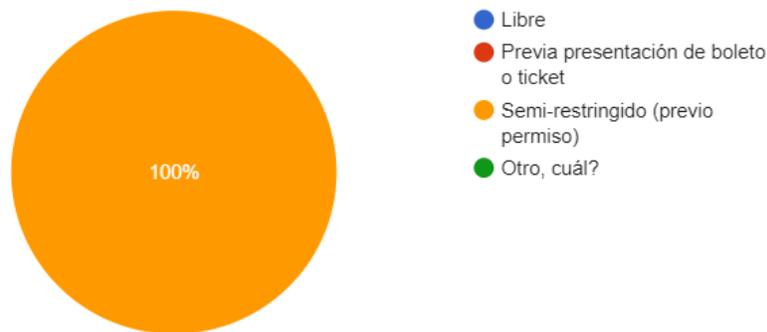
Acceso al recurso turístico



Según la figura anterior, se pudo concluir que el acceso al recurso turístico es de manera terrestre. De igual manera, se pudo comprobar que parte del trayecto se puede hacer en carro. Por último, la parte final del recorrido se tiene que hacer caminando.

Figura 146

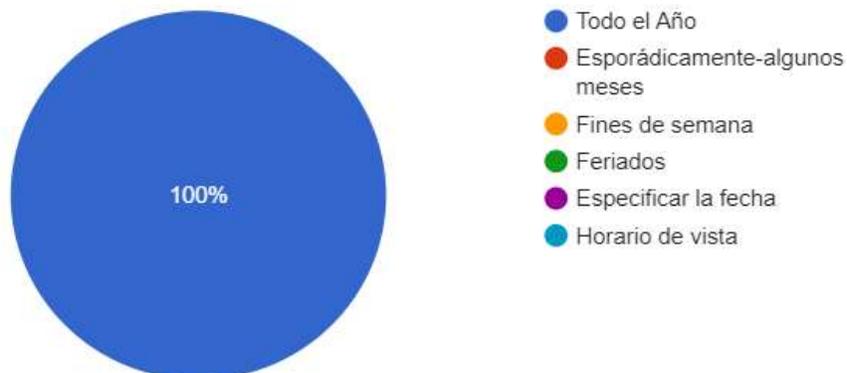
Tipo de Acceso al recurso turístico



Según la figura, se pudo concluir que el tipo de acceso al recurso en este caso es semi restringido, es decir, se debe hacer con un previo permiso y se debe pagar para ingresar, de lo contrario puede ser multado.

Figura 147

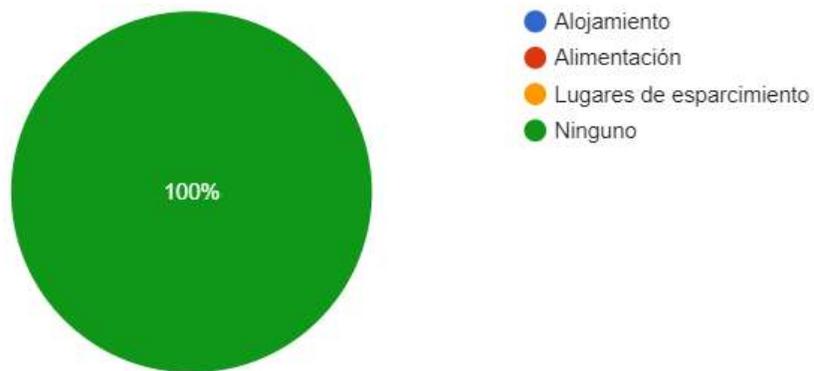
Época con mayor visita al recurso turístico



Teniendo en cuenta la figura anterior, se pudo comprobar que la época propia para la visita es durante todo el año, ya que los funeños son conocedores de este recurso y visitarlo hace parte de su cultura y entretenimiento,

Figura 148

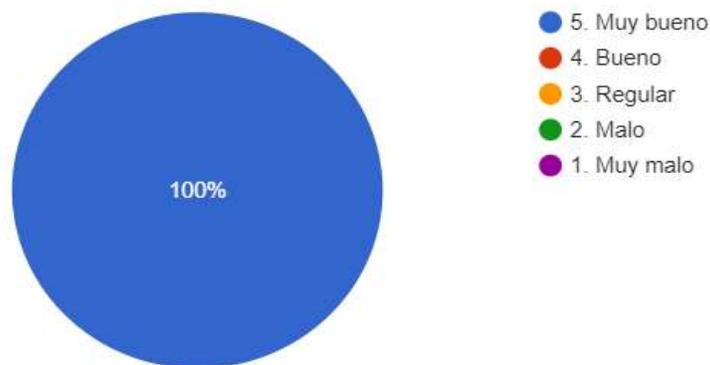
Servicio Adicional



Según la figura anterior los servicios adicionales como alojamiento, alimentación, lugares de esparcimiento no existen dentro del recurso turístico.

Figura 149

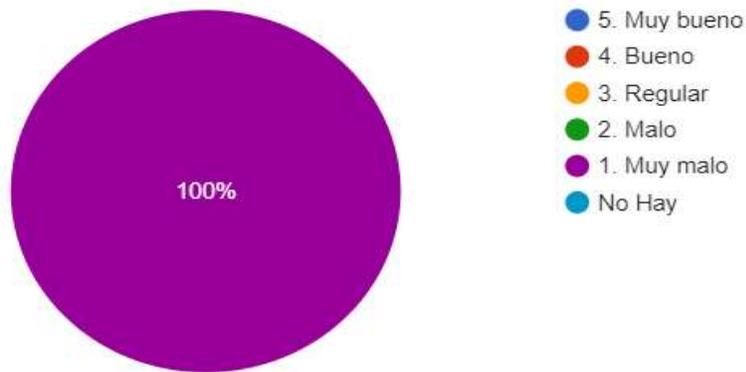
Estado del Recurso



Según la figura anterior se pudo analizar que el 100% de respuestas estuvieron de acuerdo que el estado actual del recurso turístico está en buenas condiciones con una respuesta del 100% como “Muy bueno”, este aspecto es positivo para el recurso turístico.

Figura 150

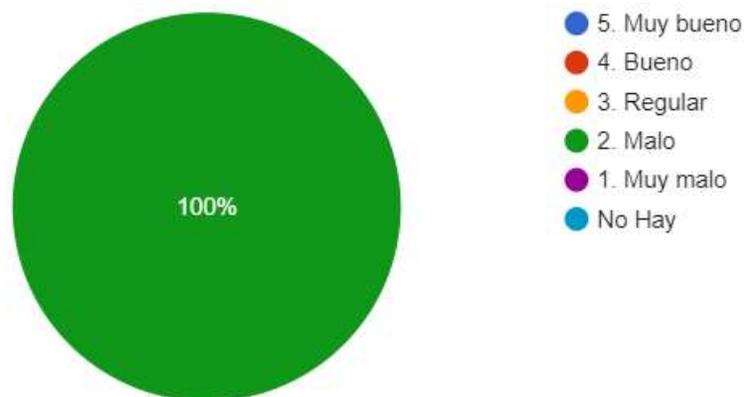
Estado de los Servicios por Fuera



Según la figura anterior se pudo concluir que el estado de los servicios fuera del recurso, haciendo referencia a aspectos como al agua, desagüe, luz, teléfono, alcantarillado y señalización, son negativos, en donde del 100% de las respuestas fueron “Muy Malo”, siendo este un aspecto negativo para el recurso.

Figura 151

Herramientas Necesarias

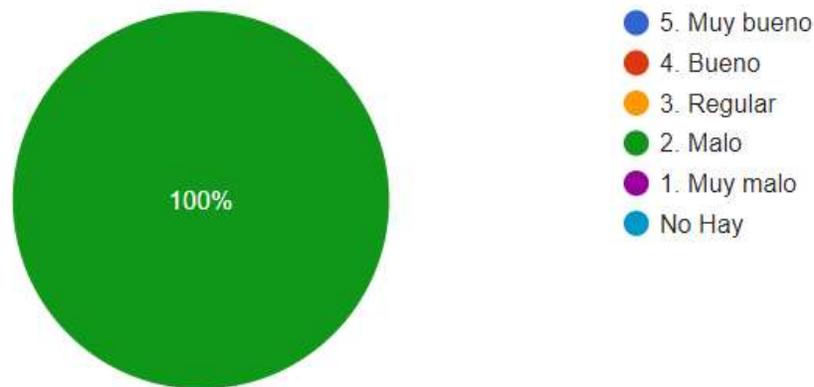


De la figura anterior, se pudo concluir que el 100% los encuestados opinan que es “Malo” herramientas como recipientes de basura ubicadas para la recolección de residuos, teniendo en la naturaleza de estas actividades se deberían tener herramientas adecuadas e higiénicas para el desarrollo del recurso turístico.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que la estructura en torno al aprovechamiento de este recurso es casi nula. A continuación, se describió desde las variables que se evaluaron:

Figura 152

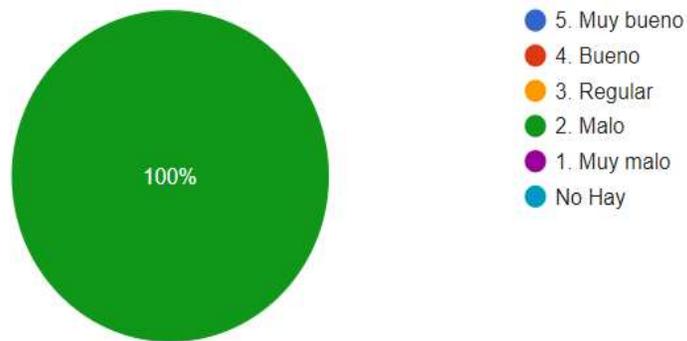
Programas de Aseo



Según la figura anterior, se pudo concluir que el 100% de las encuestas afirman que el programa de desinfección y limpieza de recursos son malos, siendo un recurso natural se debería tener en cuenta la limpieza y los programas que para la buena tenencia del recurso.

Figura 153

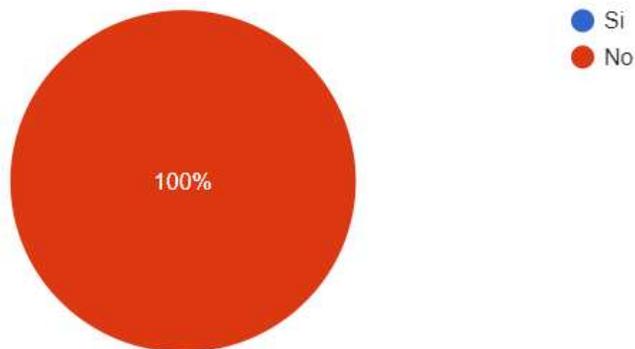
Manejo Ambiental



De la figura anterior, se pudo concluir que los resultados arrojaron que el recurso tiene un plan de manejo ambiental “Malo”, teniendo en cuenta las características del recurso, un plan de manejo ambiental debería ser una de las prioridades para su conservación.

Figura 154

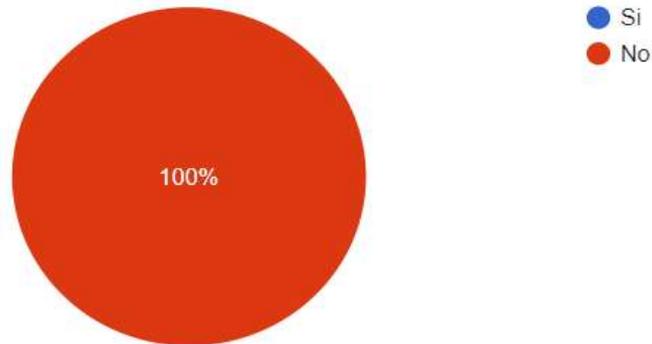
Fidelización de los clientes



Según la figura anterior, se puede concluir que el 100% de las encuestas afirmaron que “No” existe una procedimiento o estrategia para fidelizar a los clientes. Dado que no existe una empresa que preste el servicio de acompañamiento turístico, se pudo determinar que no existen clientes. Si no más bien, que las personas van por su propia cuenta, sin contratar algún tipo de servicio o algún tipo de empresa intermediaria.

Figura 155

Proceso de Evaluación y Seguimiento

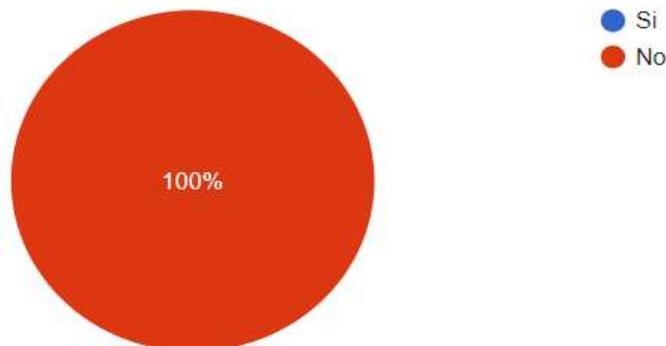


De la figura anterior, se pudo concluir que el 100% de las respuestas afirmaron que “No” se realizan procesos de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes. Dado que no existe una empresa que preste el servicio de acompañamiento turístico, se pudo determinar que no existen clientes.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que el talento humano en torno al aprovechamiento de este recurso no existe. A continuación, se describió desde las variables que se evaluaron:

Figura 156

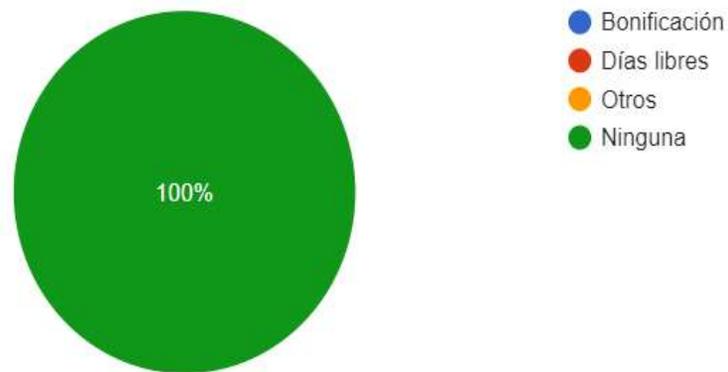
Capacitaciones al personal



De la gráfica anterior se puede concluir que el 100% de las respuestas estuvieron desacuerdo con que “No” se realizan capacitaciones al personal. Dado que no existe una empresa u organización que brinde algún tipo de servicio, no se registró talento humano alguno.

Figura 157

Estrategias de Motivación



De la figura anterior, se puede concluir que el 100% de las respuestas estuvieron desacuerdo con que no existe “Ninguna” capacitación al personal. Dado que no existe una empresa u organización que brinde algún tipo de servicio, no se registró talento humano alguno

2.2.9 *Guianza Turística*

Dentro del municipio de Funes hay personas que apuestan por el turismo, pues ha crecido recorriendo los senderos y disfrutando de sus paisajes. Fue así como se formaron los Vaquinos.

Los guías turísticos en el municipio de Funes se conocen como “baqueanos”, son personas nativas que conocen el territorio, sus senderos, las rutas y la historia del territorio, pero no cuentan con certificaciones.

Son guías tradicionales del territorio. Estos guías no cuentan con alguna agencia de turismo o páginas web que ofrezcan sus servicios. Es la gente del pueblo, así como se puede ver en la imagen

número 14, que conocen y brindan sus servicios por recomendaciones locales. Por esas razones, los baqueanos serán agentes potencializadores de turismo.

Figura 158

Guía turístico o baqueano del municipio de Funes



Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que la estructura en torno al servicio que brindan los baqueanos es bastante empírica y tradicional. A continuación, se describió la infraestructura desde las variables que se evaluaron:

Figura 159

Salud, herramientas y alimentación



Según la figura anterior, se puede decir que el 100% de los encuestados opinaron que no hay herramientas o alimentación en la prestación del servicio. Igualmente, se evidenció que los baqueanos no contaban con los implementos necesarios para la protección de los clientes,

Según la aplicación del instrumento de recolección de información, se puede afirmar que la guianza turística presenta las siguientes características en cuanto a servicio al cliente:

Figura 160

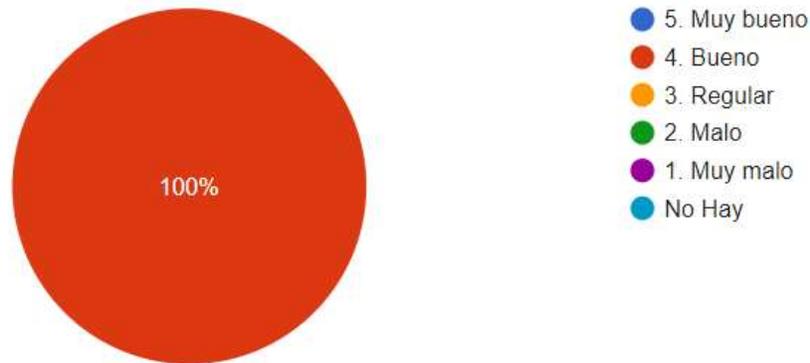
Presentación y vestimenta



Según la figura anterior, se puede decir que el 100% expresaron que la presentación y vestimenta adecuadas a la función son regulares, es decir, la atención y el trato no fue tan cortés y/o servicial para con los turistas, dando una percepción probablemente negativa. De este modo, la presentación y atención son variables importantes y necesarias para un buen desarrollo en el servicio.

Figura 161

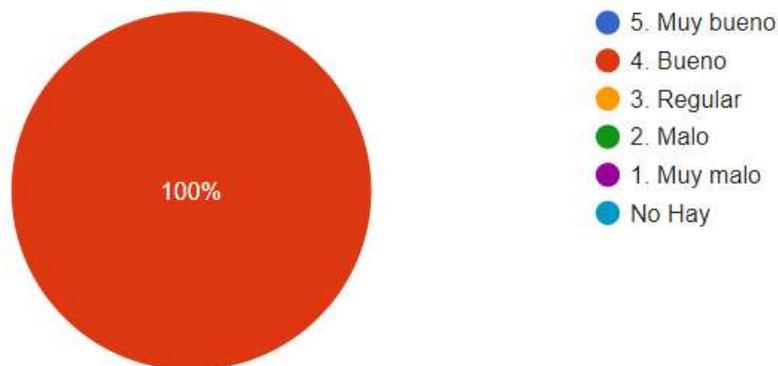
Cumplimiento al turista



La figura, muestra que el 100% manifestaron que el cumplimiento de todo el programa para con los turistas es “Buena”, en otras palabras, establecieron una referencia positiva en cuanto a puntualidad, cumplimiento de su trabajo y programas ofrecidos para el consumidor.

Figura 162

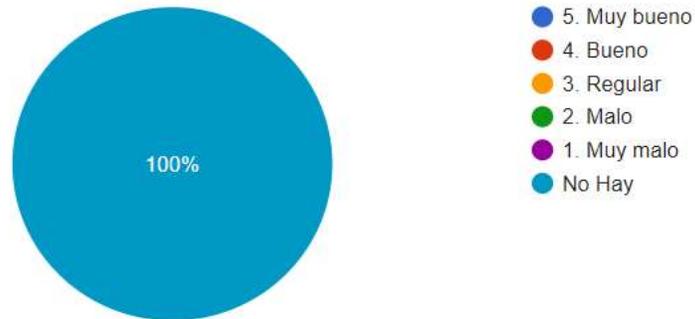
Personal neto para excursiones



Según la figura, muestra que la totalidad (100%) estuvieron de acuerdo con que el aporte de acompañantes turísticos para las excursiones más extensas es positivo. En este caso, “Buena” quiere decir que se cuenta con el personal capacitado para los casos en los que se necesita un mayor servicio.

Figura 163

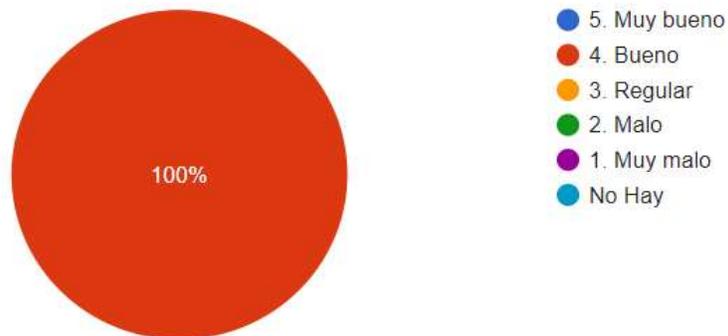
Material informativo



De la figura anterior, el 100% de las encuestas calificaron que no se encuentra un material informativo adecuado, como lo son los impresos o informativos audiovisuales y diverso para los turistas. Lo cual constituye un factor negativo y aun así necesario para el conocimiento de los turistas frente al desarrollo de estas actividades.

Figura 164

Información y señalización



En la figura señala que el total de encuestas (100%) piensa que es “Buena” la información y señalización en cuanto a la prevención de los riesgos y peligros por senderos o en las mismas excursiones, siendo este un aspecto positivo, del cual, los turistas logran captar todas estas señales e informaciones para la precaución de ciertas actividades.

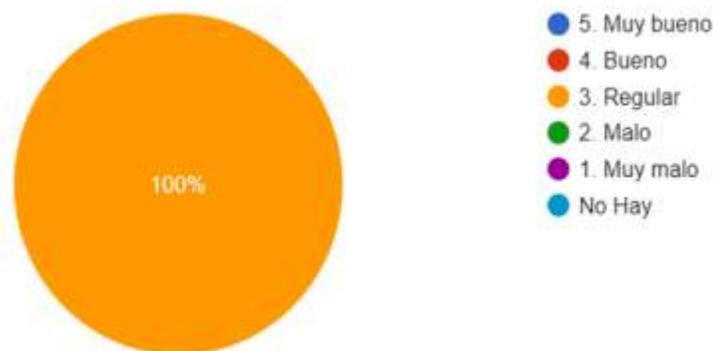
Figura 165

Equipo de seguridad



Según la figura anterior, se observaron que el 100% de las encuestas calificaron con un “Regular”, los equipos de seguridad en perfecto estado, como lo son los equipos de comunicación, herramientas para el guía (mapas, brújulas, linternas o binoculares). Si bien este es un aspecto en concreto positivo, aún tiene factores por mejorar, por ejemplo, la incorporación de implementos necesarios para las actividades como turistas.

Figura 166 *Seguro de accidentes*

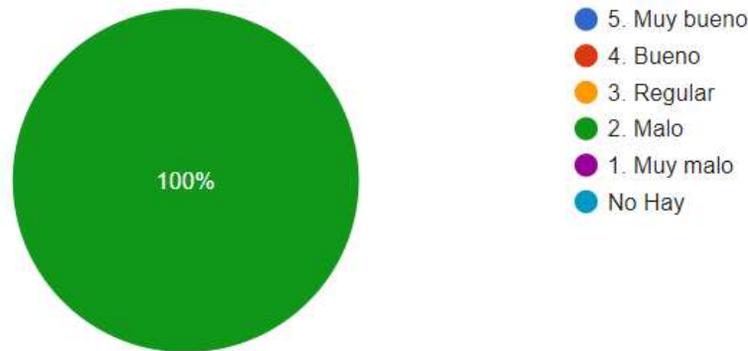


Según la figura, se puede decir que el 100% de las encuestas afirmaron que en cuanto al seguro de accidentes que el negocio debe tener para sus clientes, es totalmente inexistente. Esto implica

un peligro de seguridad para los turistas a quienes, por cualquier motivo, se les podrían presentar situaciones desagradables para estos mismos como para el negocio.

Figura 167

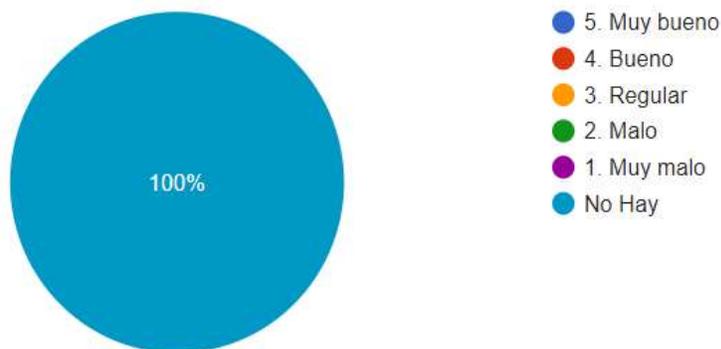
Guías capacitados



Según la figura, el 100% de las encuestas estuvieron de acuerdo en que los guías presentados para los turistas, no se encuentran bien entrenados para primeros auxilios o posibles emergencias como en casos de accidentes o malestares. De este modo, los guías carecen de preparación para cualquier situación presentada en el desarrollo de una visita turística.

Figura 168

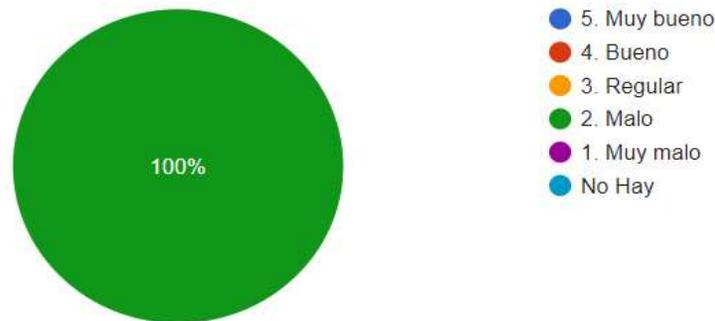
Equipos de primeros auxilios



Según la figura anterior, el 100% de las encuestas estuvieron de acuerdo con que el equipo de primeros auxilios y socorro disponibles son “Muy buenos”, siendo un aspecto positivo para el desarrollo de cualquier imprevisto que requiera de estos implementos.

Figura 169

Equipo para turistas



Según la figura anterior, el 100% de las encuestas piensan que el equipo para el uso de turistas es “Malo”, es decir, implementos como carpas, utensilios, vajilla, botas o acémilas, no se encontraban desinfectados y limpios, o sea, permanecieron en un estado inadecuado.

Figura 170

Pulcritud y vestimenta

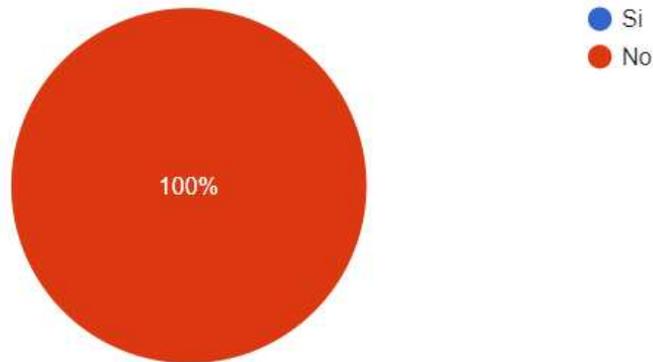


De la figura, se puede observar que el 100% de las encuestas afirmaron que es “Regular” el factor de pulcritud en la vestimenta e higiene diaria de los guías. No hay una disposición positiva

de recolección de basura u otros usos. Los guías son la cara de las actividades ofrecidas en donde este aspecto negativo podría tener repercusiones para el nivel de los turistas interesados.

Figura 171

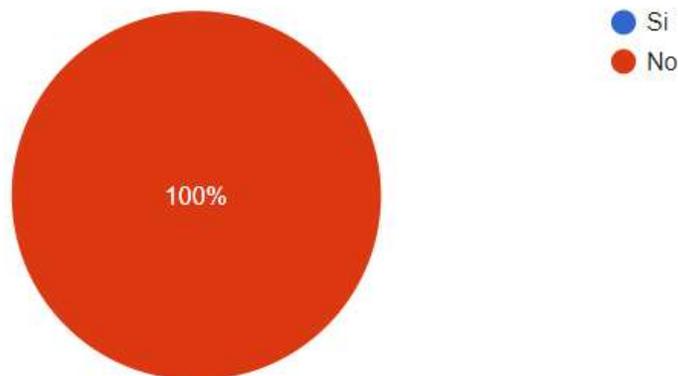
Acciones de fidelización



Según la figura anterior, un total de 100% encuestas afirmaron que “No” se realiza alguna acción para la fidelización de los clientes con el negocio, constituyendo así un aspecto negativo. Dado que el servicio es bastante empírico y tradicional los guías no cuentan con una plataforma que les permita realizar estrategias para fidelizar a los clientes

Figura 172

Proceso de seguimiento

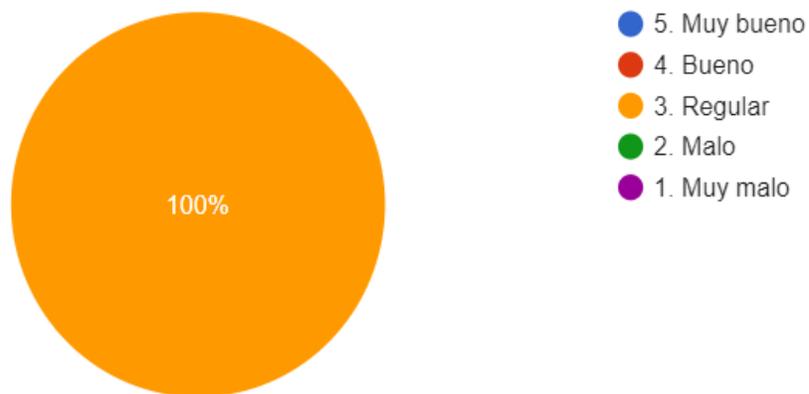


De la figura, se puede observar que el 100% de las encuestas fueron que “No “en cuanto a la realización de algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio que se ofrece a los clientes, es decir que después de la compra o acceso al servicio, no se hace ningún seguimiento del servicio o evaluación.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que el talento humano en torno al servicio que brindan los baqueanos es bastante empírico y tradicional. A continuación, se describió la infraestructura desde las variables que se evaluaron:

Figura 173

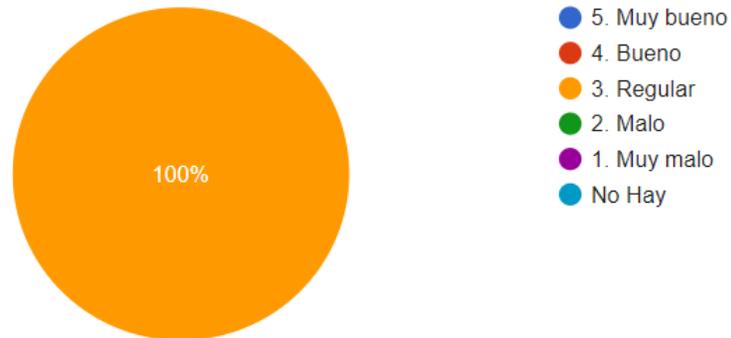
Guías legalmente capacitados



De la figura anterior, se puede decir que el 100% de las encuestas opinaron que es “Regular” el aspecto de los guías quienes deberían estar capacitados, con una licencia profesional y con su debida acreditación comunitaria, reflejando que la necesidad de efectuar una revisión del personal, sin embargo, no está por debajo de lo debido.

Figura 174

Capacidad lengua materna



Según la figura, se puede observar que el 100% de las encuestas indicaron una capacidad de comunicación en cuanto a la lengua local como “Regular”, un aspecto en el cual se debería tener en cuenta mejoras para posibles situaciones en las que se deba responder en esta lengua.

Figura 175

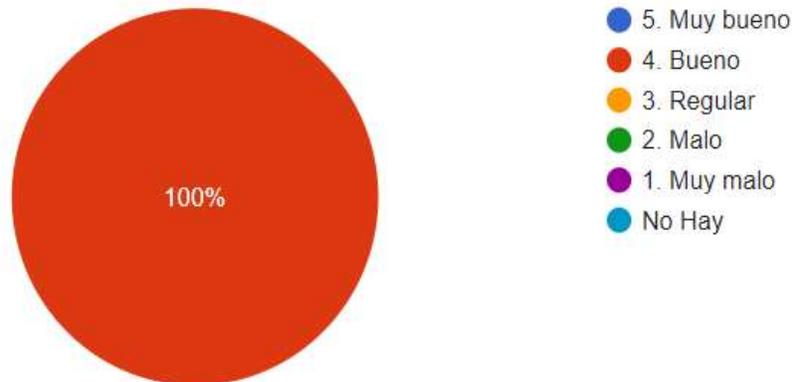
Dominio de lengua nativa



Según la figura anterior, se puede observar que el 100% de las encuestas expresaron que el dominio de la lengua local y de idiomas extranjeros es “Regular”. Un aspecto ciertamente positivo para el negocio debido a que se necesita el manejo de lengua nativa y de idiomas necesarios por aquellos turistas de otras nacionalidades.

Figura 176

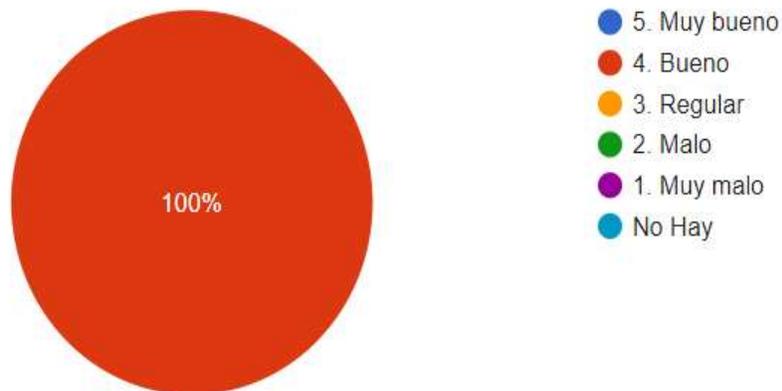
Competencias de guía



De la figura, se puede decir que el 100% de las encuestas recogidas son positivas con una descripción de “Buena” para con la autoridad con la que se debe manejar los grupos de turistas para guiar, teniendo las competencias necesarias para el desarrollo de la actividad turística positivamente.

Figura 177

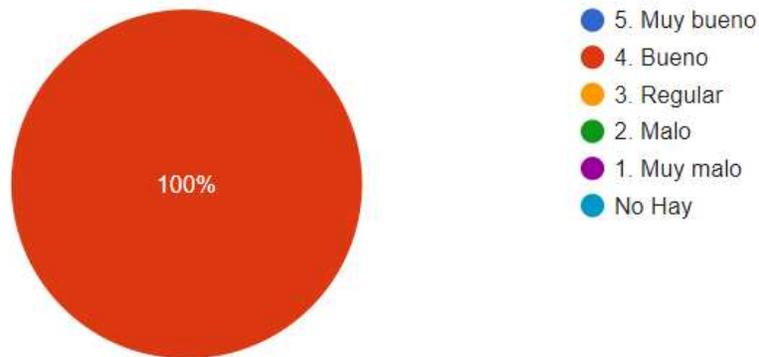
Puntualidad



Según la figura anterior, se puede deducir que, del total, el 100% de encuestas piensan que la puntualidad del personal, su respeto por horarios y prevención de retratos son positivos, es decir que el personal cuenta con habilidades en cuanto a la puntualidad para realizar las actividades.

Figura 178

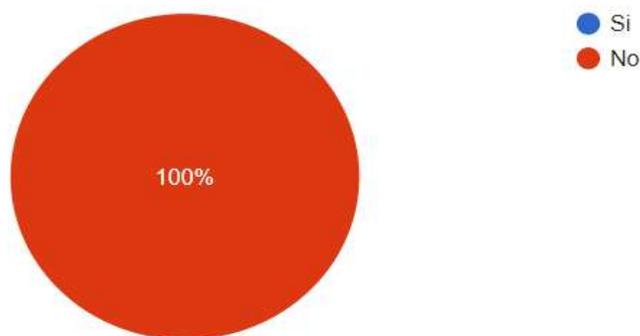
Conocimiento



De la figura, se puede observar que el 100% de las encuestas piensa que el conocimiento necesario para las actividades turísticas es “Bueno”, siendo este positivo para el negocio ya que se puede ofrecer un servicio en el cual se brinda la información cultural y local necesaria de los ecosistemas visitados, implementando normas en las conductas de los visitantes como de los guías.

Figura 179

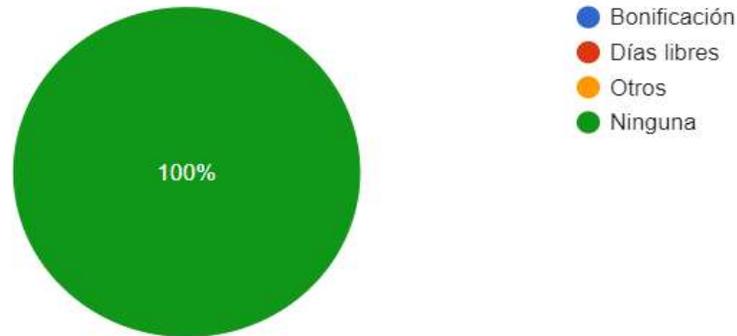
Capacitaciones al personal



De la figura anterior, se puede observar que el 100% de las encuestas indicaron que “No” se realizan capacitaciones para el personal. Este constituye un aspecto negativo para el negocio, ya que el personal debería tener unas capacitaciones para el desarrollo positivo del servicio con cierta frecuencia.

Figura 180

Estrategias de motivación



Según la figura anterior, se puede decir que las estrategias de motivación que se tiene para el talento humano son nulas, 100% para las encuestas afirman que no existen estrategias de motivación. Se observó que no existe una organización conformada para regular o medir la calidad del servicio o brindar capacitación al personal.

2.2.10 Empresas de transporte al municipio de Funes

Figura 181

Buseta de la empresa San Juan de Pasto



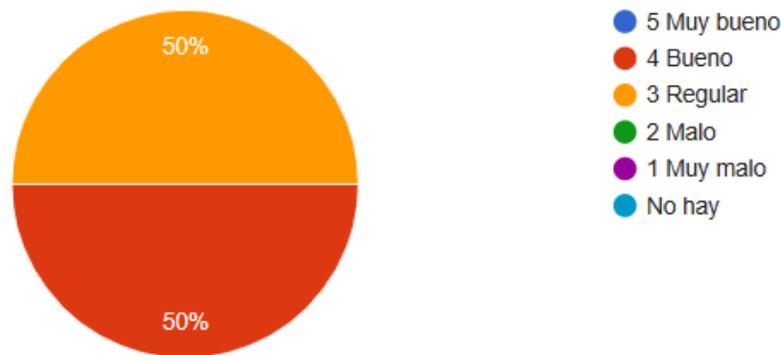
Para viajar de Pasto a Funes, existen dos opciones de transporte, La buseta de la empresa San Juan de Pasto y la buseta de la empresa Transadona. Estas dos empresas son objeto de investigación como potencializadoras del turismo gracias al servicio fundamental que prestan y su participación histórica en la comunidad.

Entiéndase una buseta, un vehículo de transporte público de menor tamaño que un autobús convencional que suele tener capacidad para alrededor de 20 a 30 pasajeros.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que la estructura de la mayoría de los medios de transporte es buena. Estos medios de transporte no cuentan con servicios de lujo, pero sí cuentan con lo necesario para poder transportarse de manera segura. A continuación, se describe el estado de la infraestructura desde las variables evaluadas.

Figura 182

Estado interno del vehículo

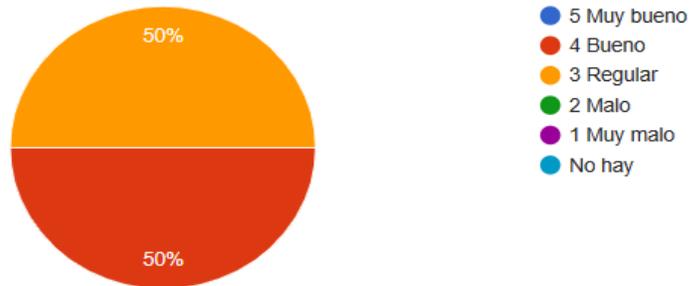


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transadona como “Bueno” al estado del interior del vehículo y su limpieza.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” al estado del interior del vehículo y su limpieza.

Figura 183

Estado externo del vehículo



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Bueno” al exterior del vehículo (pintura y protección adecuadas a las condiciones climáticas de la zona).

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” en cuanto al estado del exterior del vehículo (pintura y protección adecuadas a las condiciones climáticas de la zona).

Figura 184

Decoración exterior



Según la figura, el 100% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona y a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” en cuanto a la decoración exterior del vehículo (motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos).

Figura 185

Accesibilidad y confortabilidad



Según la figura, el 100% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona y a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” el acceso a vehículos y su estado de asientos (sólidos, confortables y tapizados).

Figura 186

Estado de las cabinas internas



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Bueno” al estado de las cabinas internas (porta equipaje de mano).

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” al estado de las cabinas internas (porta equipaje de mano).

Figura 187

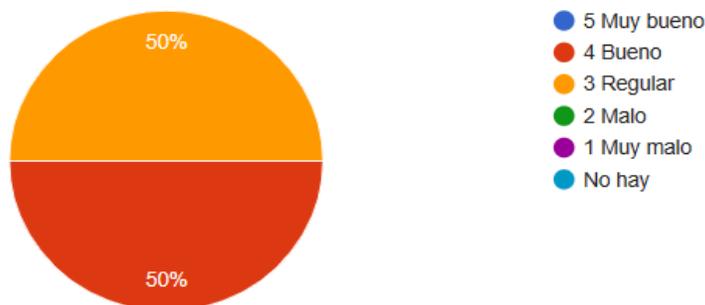
Estado de ventilación



Según la figura, el 100% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona y a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” la ventilación, aire acondicionado o calefacción en los vehículos. Se pudo evidenciar que los medios de transporte cuentan con un conducto de aire en la parte superior para regular la temperatura.

Figura 188

Estado de cortinas y lona

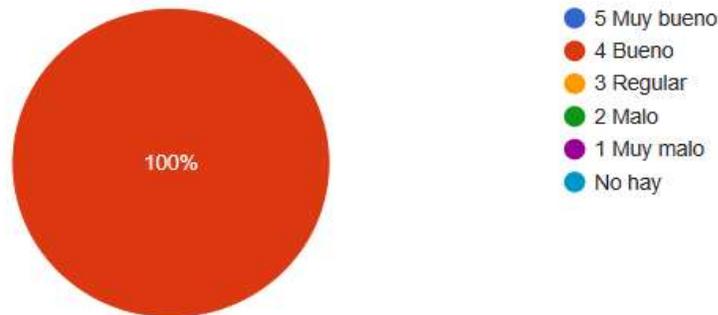


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Bueno” al estado de las cortinas protectoras en ventanas y de la lona en cubierta.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” en cuanto al estado de las cortinas protectoras en ventanas y de la lona en cubierta.

Figura 189

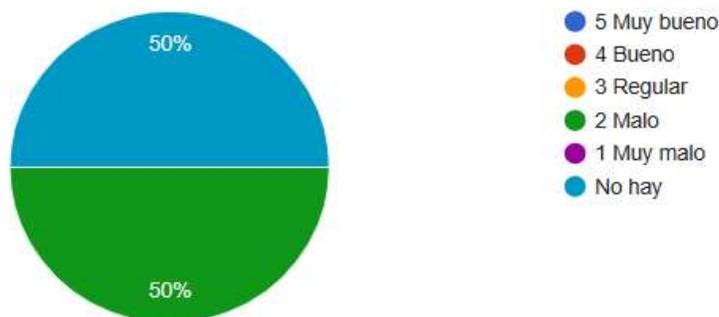
Condiciones del vehículo



Según la figura, el 100% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona y a la empresa San Juan de Pasto “Bueno” en cuanto al estado del motor en perfecto funcionamiento; ruedas bien mantenidas y disponibilidad de repuestos. Dado que las empresas deben cumplir con ciertos estándares de mantenimiento de sus vehículos, el estado de estos es bastante bueno.

Figura 190

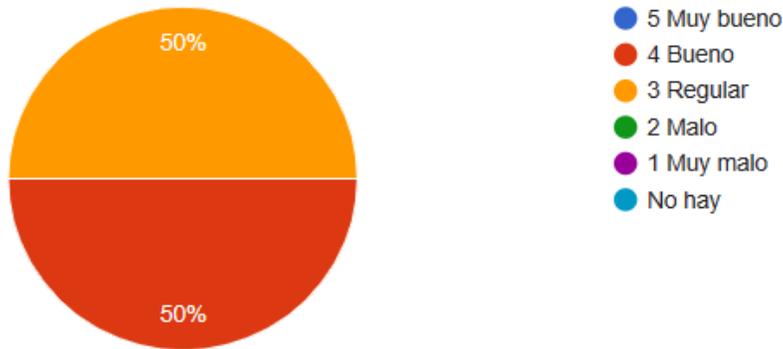
Estado de los cinturones de seguridad



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Muy Bueno” al estado de los cinturones de seguridad en vehículos.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Malo” al estado de los cinturones de seguridad en vehículos.

Figura 191 Estado de los faros



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Buena” al estado de los faros adecuados a las condiciones climáticas (lluvia o neblina).

Según la figura, el 50% de las encuestas califican a la empresa San Juan de Pasto como “Regular” al estado de los faros adecuados a las condiciones climáticas (lluvia o neblina).

Figura 192

Disponibilidad de recursos

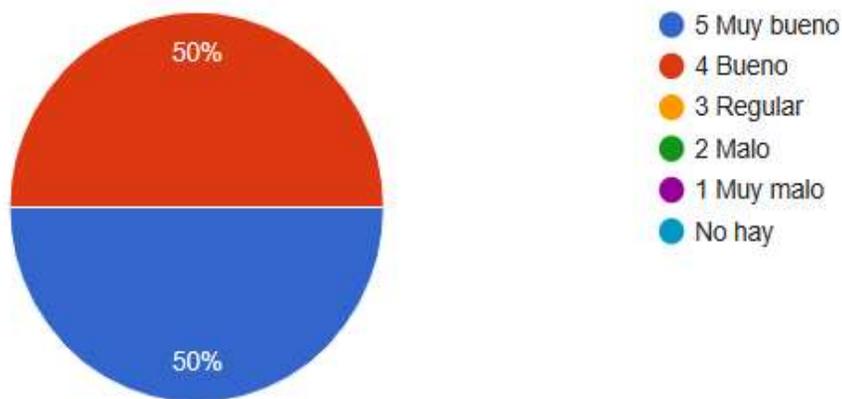


Según la figura, el 100% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona y la empresa San Juan de Pasto como “Regular” a la disponibilidad caja de herramientas completas y en buen estado para efectuar reparaciones mecánicas y eléctricas.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que el talento humano que opera los medios de transporte es bueno. Estos medios de transporte por lo general realizan servicios de encomiendas o encargos, esto es lo que más caracteriza el servicio de transporte tradicional. A continuación, se describen las características del talento humano desde las variables evaluadas.

Figura 193

Capacitación profesional del personal

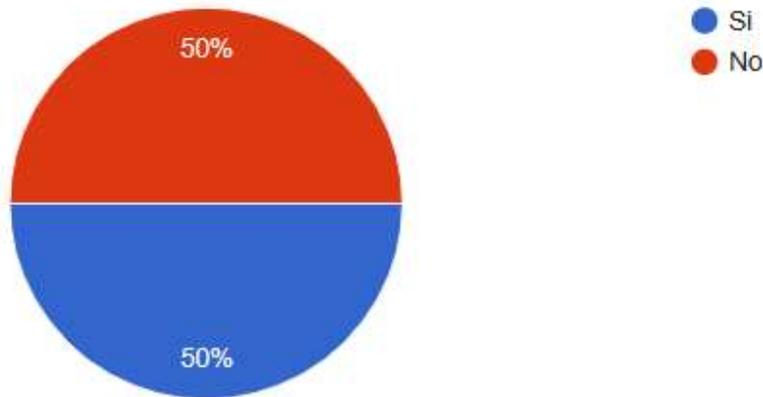


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Bueno” a la capacitación profesional del personal (licencia de conducir, conocimientos de mecánica y entrenamiento en emergencias del vehículo).

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Muy Bueno” a la capacitación profesional del personal (licencia de conducir, conocimientos de mecánica y entrenamiento en emergencias del vehículo).

Figura 194

Capacitación al personal



Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron que la empresa Transandona “No” llevó a cabo la capacitación profesional del personal sobre atención al cliente y casos de emergencia.

Según la figura, el 50% de las encuestas afirmaron que la empresa San Juan de Pasto “Si” llevó a cabo la capacitación del personal sobre atención al cliente y casos de emergencia.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tanto encuestas como entrevistas se logra evidenciar que el servicio al cliente por parte personal que opera los medios de transporte es bueno. Estos medios de transporte por lo general se esfuerzan en brindar un buen servicio al cliente ya que la clientela es limitada. A continuación, se describen las características del servicio al cliente desde las variables evaluadas.

Figura 195

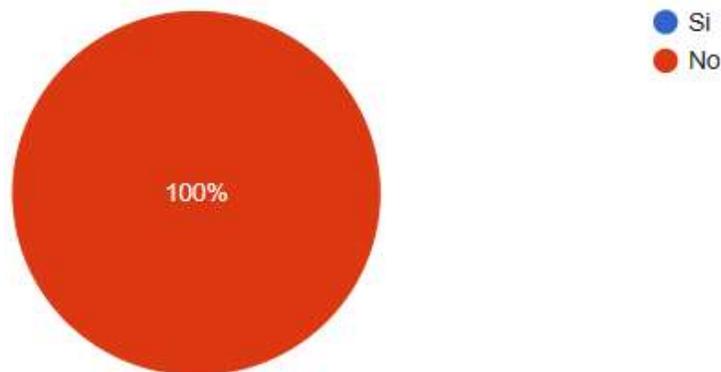
Registro en Cámara de Comercio



Según la figura, el 100% de las encuestas indicaron que la empresa Transandona y la empresa San Juan de Pasto “Si” están registradas ante la Cámara de Comercio. Estas dos empresas son empresas que hacen presencia en gran parte del departamento de Nariño, su trayectoria y recorrido en el mercado han hecho que se formalicen y operen bajo el margen de la ley.

Figura 196

Afiliaciones a gremios del sector turístico



Según la figura, el 100% de las respuestas indicaron que la empresa Transandona y la empresa San Juan de Pasto “No” están afiliadas a ningún gremio del sector turístico. Dado que no existen

gremios de turismo que contemplen el municipio de Funes en su portafolio, no existe este tipo de afiliaciones.

Figura 197

Atención al viajero

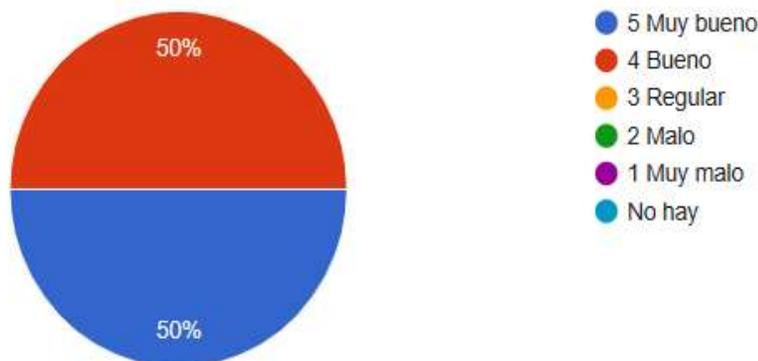


Según la figura, el 50% de las encuestas afirmaron que la empresa Transandona como “Buena” en cuanto al trato afable, cortés y servicial a los viajeros.

Según la figura, el 50% de las encuestas afirmaron que la empresa San Juan de Pasto como “Regular” en cuanto al trato afable, cortés y servicial a los viajeros.

Figura 198

Cumplimiento de horarios establecidos

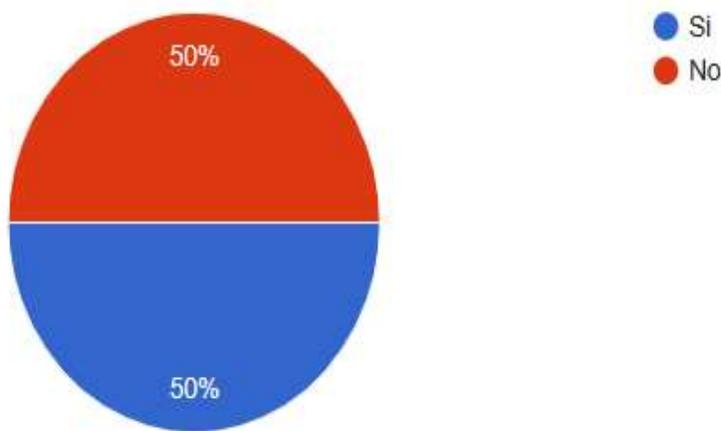


Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa Transandona como “Bueno” al cumplimiento del itinerario prometido al turista.

Según la figura, el 50% de las encuestas calificaron a la empresa San Juan de Pasto como “Muy Bueno” en cuanto al cumplimiento del itinerario prometido al turista.

Figura 199

Fidelización de los clientes

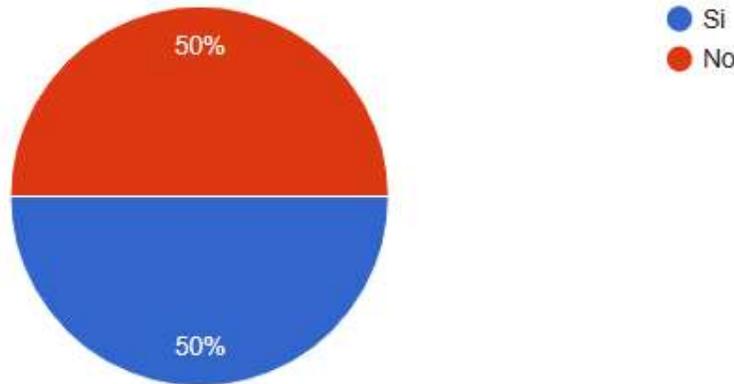


Según la figura, el 50% de las encuestas afirmaron que la empresa Transandona “No” llevó a cabo acciones para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos.

Según la figura, el 50% de las encuestas indicaron que la empresa San Juan de Pasto “Si” llevó a cabo acciones para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos.

Figura 200

Evaluación y seguimiento



Según la figura, el 50% de las encuestas indicaron que la empresa Transandona “Si” llevó a cabo procesos de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes.

Según la figura, el 50% de las encuestas indicaron que la empresa San Juan de Pasto “Si” llevó a cabo procesos de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes.

2.3 Análisis del objetivo general

La situación financiera de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la frontera de Nariño es un aspecto relevante para el desarrollo del turismo en la región. A través de los documentos proporcionados, se puede inferir que existen iniciativas y programas destinados a fortalecer el sector turístico en Nariño, incluyendo la frontera, mediante estrategias como capacitación, promoción, apoyo empresarial y desarrollo de productos turísticos.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha estado involucrado en el fortalecimiento de las normas turísticas en Nariño, lo que sugiere un interés en mejorar la calidad y estándares del sector turístico en la región. Además, se menciona la importancia de la formación e impulso a prestadores turísticos, la capacitación del capital humano y el fomento empresarial vinculado al sector turístico en Nariño.

Para comprender a fondo la situación financiera de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la frontera de Nariño, sería necesario acceder a información detallada sobre los ingresos, gastos, inversiones y rentabilidad de estas empresas. Esta información específica podría proporcionar una visión más clara de los desafíos financieros que enfrentan y las oportunidades de mejora que podrían implementarse para fortalecer el sector turístico en la frontera de Nariño.

2.3.1 Análisis Matriz DOFA del potencial turístico del municipio de Puerres

A continuación, se realiza un análisis de las principales Debilidades, oportunidades, Fortalezas y amenazas.

2.3.1.1 Debilidades. Se encontró que las condiciones administrativas en cuanto al turismo religioso en el municipio de Puerres, carecen de una estructura organizacional, esto debido a que el municipio no cuenta con una oficina de turismo la cual está encaminada a la fomentación del turismo en la región.

Una de las debilidades más comunes que se encontró en el ámbito administrativo fue la informalidad por parte de algunos pequeños comerciantes que ofrecían sus productos en las zonas de aglomeraciones turísticas. los cuales no están regulados por entes gubernamentales para poder trabajar adecuadamente.

Se identificó que no existe una recaudación adecuada de los tributos que generan las zonas turísticas y como estos se pueden reinvertir.

Se identificó que la competencia de tránsito y transporte no opera con regularidad, por ende, la falta de señalización y conciencia civil es nula en el municipio.

En cuanto a las condiciones técnicas, se encontró la carencia de servicios de acueducto en algunas zonas turísticas alejadas, si bien las condiciones de infraestructura son limitadas, puesto que no existen carreteras apropiadas para el acceso a sitios turísticos naturales ni mucho menos señalización, es importante aclarar que la falta de tenacidad no solo se ve reflejada en la parte de

infraestructura, también se ve identificada en algunos sectores de empresas privadas, como lo son empresas que prestan el servicio de restaurantes las cuales carecen de personal capacitado para poder generar una experiencia satisfactoria para los visitantes.

2.3.1.2 Oportunidades. En cuanto a las condiciones socioeconómicas se identificó que en el plan de desarrollo 2020- 2023 del municipio de Puerres. Se caracterizó por fomentar el tema de infraestructura vial, el cual pretendía convertir a Puerres en un municipio competitivo en cuanto a infraestructura.

El municipio de Puerres quiere apostarle a uno de sus más grandes rubros en términos sectoriales el cual es el progreso agropecuario a la misma vez, quiere fomentar y destinar sus recursos socioeconómicos si bien no existen cuantías de dinero destinadas a la ejecución de estos objetivos cabe resaltar que, si se hizo la pertinente inversión, pues esto se ve reflejado en el plan de desarrollo.

Se observó en base a la observación que el municipio cuenta con una gran oportunidad turística en cuanto a la creación de rutas de turismo tanto cultural como religioso, se pudo determinar que las fincas aledañas pueden ser focos de recorridos ecológicos y gastronómicos.

En el tema tecnológico se identificó el gran potencial que cuenta el municipio puesto que las conexiones de internet en el casco urbano son óptimas para crear redes de conectividad entre los habitantes del municipio, si bien para potencializar aún más este aspecto se debe tener en cuenta el respaldo de las T.I.Cs y de los entes gubernamentales es importante el trabajo conjunto de los sectores privados y públicos de Puerres para poder ejecutar planes de mejoramiento de líneas de comunicación, como alta velocidad de internet y sobre todo conectividad para todas las zonas con influencia de focos turísticos.

Se logró observar el potencial que pueden tener las pymes en el municipio, puesto que muchas de estas empresas carecen de personal capacitado y sobre todo de innovación, la cual brindaría una experiencia muy agradable para los turistas. Si bien uno de los temas más importantes para tener en cuenta es la oportunidad de capacitar a la población en términos de atención al cliente, hay que

tener en cuenta que los pobladores cuentan con una cultura de servicio y atender bien al forastero que viene de generación en generación.

2.3.1.3 Fortalezas. Puerres tiene una variedad de ecosistemas que incluyen páramos, bosques andinos y áreas agrícolas. Esta diversidad es una fuerza para la conservación de la biodiversidad y el desarrollo de actividades como el ecoturismo. La existencia de ríos y arroyos proporciona agua para consumo humano, agricultura y otros fines, lo cual es fundamental para el desarrollo sostenible del municipio.

La producción de cultivos adaptados a climas fríos y cálidos, como Monopamba, papa, maíz y frijol, e incluso café, es una ventaja competitiva que puede mejorarse en el largo plazo mediante prácticas agrícolas sostenibles.

Los paisajes de Puerres con sus montañas y valles ofrecen un entorno atractivo para el turismo rural y ecológico y crean oportunidades para la economía local.

El predominio de la religión católica fortalece la cohesión social y proporciona la base para eventos comunitarios y celebraciones religiosas como la Semana Santa y los patronos.

Puerres tiene un rico patrimonio cultural que incluye tradiciones, música, danza y comida local. Este patrimonio se puede utilizar para promover el turismo cultural y fortalecer la identidad local, ya que Puerres también tiene una historia colonial muy rica para promover el turismo de la región.

2.3.1.4 Amenazas. Se pudo evidenciar que la falta de organizaciones que fomenten el turismo y fortalezcan el desarrollo en la región son una de las principales amenazas con las que cuenta el municipio de Puerres. Por otro lado, la gobernanza es un papel fundamental en el cual los pobladores deben implementar ideas y trabajar de la mano con entes que permitan el dinamismo con las comunidades para ejecutar planes que permitan el crecimiento y capacitación de los pobladores.

La falta de garantías de seguridad es un factor primordial al encontrar amenazas en la región de Puerres, puesto que al ser un corredor turístico también se debe tener en cuenta que es una zona fronteriza con el putumayo y por ende el tráfico de drogas es algo que se ve en el día a día.

Tabla 1

Matriz DOFA Puerres

		Fortalezas	Debilidades
DOFA Puerres	F-1 Variedad de recursos turísticos	D-1 Informalidad por parte de los prestadores de servicios turísticos.	
	F-2 Eventos patronales y religiosos	D-2 Falta de conciencia del impacto de los beneficios del turismo religioso.	
	F-3 Diversidad de Pisos térmicos	D-3 Cultura ciudadana vial.	
	F-4 Riqueza histórica y cultural	D-4 Ineficientes vías de acceso al Municipio y Lugares turísticos	
	F-5 Industria láctea y agrícola.	D-5 Falta de gobernanza institucional por parte de los puerreños.	
	F-6 Variedad gastronómica	D-6 Mala distribución de los recursos económicos por parte de los entes gubernamentales.	
	F-7 Monumentos religiosos y senderos naturales.	D-7 Impacto ambiental.	
	F-8 Riqueza Hídrica.	D-8 Oferta organizada de recursos turísticos	
Oportunidades	O-1 Proyección de alto aforo de turistas cada año	Estrategias FO	Estrategias DO

<p>O-2 Implementación de alianzas estratégicas con los colegios para inculcar el turismo.</p>	<p>Estrategia O-4, F-1 Promover el patrimonio cultural y tradicional de Puerres mediante el desarrollo de infraestructura turística adecuada. Esto incluye la construcción de centros de interpretación y museos que resaltan la herencia cultural y religiosa del municipio, creando un atractivo turístico sólido.</p>	<p>Estrategia D-8, A-2 Formalización y organización de la oferta turística para combatir la prestación ilegal de servicios. Esto implica crear un registro oficial de prestadores de servicios turísticos, capacitar a los operadores locales y establecer mecanismos de control y supervisión para asegurar que todos los servicios cumplan con las normativas legales y de calidad.</p>
<p>O-3 Mejora de la infraestructura vial con el apoyo de entes gubernamentales.</p>	<p>Estrategia O4, O6, F6 Aprovechar la infraestructura básica existente para fortalecer el desarrollo turístico. Esto puede incluir la búsqueda de financiamiento para proyectos específicos que mejoren las instalaciones turísticas y la creación de alianzas público-privadas para potenciar el crecimiento del sector.</p>	<p>Estrategia A-2, D-4 Mejorar la infraestructura vial y formalizar los servicios turísticos. Al mejorar las vías de acceso y asegurarse de que los operadores turísticos sean legales y certificados, se puede ofrecer una experiencia más segura y confiable a los turistas, reduciendo la dependencia de servicios no regulados.</p>
<p>O-4 Capacitación técnica y profesional</p> <p>O-5 Mejora de los servicios de transporte para un eficaz desplazamiento.</p>	<p>Estrategia O4, O6, F6</p>	
<p>O-6 Aumento proporcional del turismo sostenible y ecológico.</p> <p>O-7 Contar con tecnologías de la información y comunicación.</p>		
<p>O-8 Aprovechar los meses de mayor fluctuación de turistas en la región para ofrecer paquetes turísticos.</p>		

Estrategia O1, O2, F3

Potenciar la ubicación estratégica de Puerres para atraer turistas interesados en el turismo religioso. Promocionar activamente el municipio como un destino emergente en eventos y ferias turísticas regionales, destacando la facilidad de acceso y la rica oferta cultural y religiosa.

Estrategia O1, O2, F4, F5

Combinar la rica oferta gastronómica y la hospitalidad de la comunidad para ofrecer una experiencia única a los turistas religiosos. Crear rutas gastronómicas y paquetes turísticos que integren la participación en festividades religiosas con degustaciones de la cocina local,

Estrategia D-5, A-3, A-4

Fortalecer la gobernanza institucional para enfrentar la inseguridad y los posibles costos adicionales de los peajes. Esto incluye desarrollar políticas de seguridad pública, promover la cooperación con fuerzas del orden, y gestionar de manera eficiente los recursos para mejorar la infraestructura vial sin que los costos adicionales afecten negativamente a los turistas y residentes.

Estrategia A-1, D-1, D-6

Implementar prácticas de turismo sostenible y una distribución equitativa de recursos. Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en prácticas sostenibles y regulaciones ambientales, y asegurar una

posicionando a Puerres como un destino emergente con una oferta cultural y culinaria distintiva.

Estrategia F1, F2, F7, O3, O5, O7,O8

Desarrollar un programa integral de turismo sostenible que combine la promoción del patrimonio cultural y natural con prácticas de ecoturismo. Aprovechar los incentivos gubernamentales y las alianzas estratégicas con otros destinos religiosos para crear circuitos turísticos innovadores que utilicen tecnología avanzada (como aplicaciones móviles y guías virtuales) para mejorar la experiencia del visitante.

distribución justa de los recursos económicos para apoyar iniciativas que protejan el medio ambiente y promuevan la formalización del sector turístico.

Estrategia A-2, D-3, D-4, D-7

Mejorar la infraestructura vial y la cultura ciudadana, y regular los servicios turísticos para minimizar el impacto ambiental y combatir la ilegalidad en el sector. Esto incluye campañas de educación vial, inversiones en la mejora de carreteras y caminos, y la implementación de programas de certificación y control ambiental para todos los prestadores de servicios turísticos.

Amenazas	A-1 Distorsión de los ecosistemas por mal manejo de	Estrategias FA	Estrategias DA
-----------------	---	-----------------------	-----------------------

los recursos y Mal control del impacto ambiental.	Estrategia F-5, A-2	Estrategia D-8, A-1
A-2 Prestación ilegal de servicios turísticos.	Formalizar y regular la prestación de servicios turísticos apoyándose en la fortaleza de la industria láctea y agrícola. Fomentar el agroturismo	Desarrollar un plan integral de gestión y organización de recursos turísticos que incluya la
A-3 Instauración de peajes en vías principales.	y las visitas a granjas y lecherías locales como actividades reguladas,	implementación de prácticas sostenibles para proteger los
A-4 Inseguridad, narcotráfico y crimen organizado.	asegurando que todos los operadores cumplan con los	ecosistemas locales. Esto implica crear una oferta turística estructurada y regulada, con un enfoque en la
A-5 Gentrificación.	estándares legales y de calidad,	conservación ambiental y el manejo
A-6 Posible pérdida de identidad local.	reduciendo así la informalidad en el sector turístico.	responsable de los recursos naturales.

Estrategia D-1, A-1

Estrategia F-1, F-4, A-1

Formalizar y regularizar los servicios turísticos mediante la capacitación y certificación de los prestadores de servicios. Implementar normativas ambientales estrictas para asegurar que todas las actividades turísticas se realicen de manera sostenible, responsable para proteger los

ecosistemas locales, asegurando minimizando el impacto negativo en que el turismo no comprometa el los ecosistemas locales.

entorno natural y cultural del **Estrategia D-5, A-3, A-4** municipio.

Estrategia F-5, F-7, A-5 Fortalecer la gobernanza institucional y la seguridad pública Fomentar el turismo rural y para enfrentar los desafíos de la religioso de manera que beneficie a inseguridad y los costos adicionales la comunidad local y evite la de los peajes. Desarrollar políticas de gentrificación. Promover el seguridad efectivas, mejorar la desarrollo de actividades turísticas coordinación entre las autoridades que integren la industria láctea y locales y regionales, y gestionar de agrícola con visitas a monumentos manera eficiente los recursos para religiosos y senderos naturales, abordar estas amenazas de manera asegurando que los beneficios integral. económicos del turismo se distribuyan equitativamente entre

Estrategia D-3, D-7, A-2 los residentes locales. Implementar programas de educación vial y conciencia

Estrategia F-6, F-7, A-5 ambiental para mejorar la cultura Desarrollar rutas gastronómicas y ciudadana y reducir el impacto religiosas que promuevan la ambiental del turismo. Establecer

diversidad culinaria y los monumentos religiosos de Puerres. Implementar políticas que aseguren que estas iniciativas beneficien a los negocios locales y la comunidad, evitando el desplazamiento de los residentes y la pérdida de identidad local.

mecanismos de control y supervisión para regular los servicios turísticos y combatir la informalidad, asegurando que todas las actividades cumplan con las normativas legales y ambientales.

Estrategia D-6, A-4, A-1

Estrategia A-2, F-2

Regular y formalizar los servicios turísticos durante los eventos patronales y religiosos. Establecer normativas y controles estrictos para los prestadores de servicios turísticos durante estas festividades, asegurando que todos los operadores sean legales y ofrezcan servicios de calidad, protegiendo así tanto a los visitantes como a la comunidad local.

Optimizar la distribución de los recursos económicos para fortalecer la seguridad y la gestión ambiental en el municipio. Implementar estrategias de financiamiento y administración de recursos que prioricen la seguridad pública y la protección ambiental, garantizando un desarrollo turístico sostenible y seguro.

- **Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades)**

Capacitación y Desarrollo de Personal: Aprovechar las oportunidades de desarrollo tecnológico y potencial de las PYMES para implementar programas de capacitación técnica y profesional para guías turísticos y personal del sector servicios.

Inversión en Infraestructura: Utilizar la oportunidad de la infraestructura vial y el progreso agropecuario para fomentar el desarrollo de infraestructura turística y capacitación técnica, mejorando la eficiencia en la administración local.

Fomento de la Conciencia Civil y Regularización: Aprovechar las oportunidades turísticas y el desarrollo tecnológico para crear campañas de concientización y programas de regularización en tránsito y transporte.

- **Estrategias DA (Debilidades-Amenazas)**

Alianzas Estratégicas para la Capacitación: Formar alianzas estratégicas con entidades gubernamentales y privadas para mejorar la capacitación del personal y la administración local, mitigando la falta de gobernanza regional y problemas derivados de la falta de alianzas.

Seguridad y Gobernanza: Implementar planes de seguridad en colaboración con el gobierno y las fuerzas de seguridad para garantizar la seguridad en las carreteras y reducir el impacto del narcotráfico y los conflictos bélicos en la zona.

Diversificación de Recursos Económicos: Evitar la dependencia del turismo como única fuente de desarrollo mediante la promoción y diversificación de actividades económicas, aprovechando las oportunidades en el sector agropecuario y tecnológico.

- **Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades)**

Promoción de Turismo Ecológico y Cultural: Utilizar los recursos naturales, la diversidad de ecosistemas y las costumbres culturales y religiosas para promover el turismo ecológico y cultural, aprovechando las oportunidades turísticas y el desarrollo tecnológico.

Desarrollo de PYMES en el Sector Agrícola: Aprovechar el fuerte sector agrícola y las festividades autóctonas para desarrollar pequeñas y medianas empresas que impulsen el progreso agropecuario y el desarrollo tecnológico.

Optimización de Recursos Hídricos: Utilizar los recursos hídricos y naturales para desarrollar infraestructuras viales y programas tecnológicos que mejoren la eficiencia y sostenibilidad en el uso de estos recursos.

- **Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas)**

Fortalecimiento de la Gobernanza Local: Aprovechar los recursos culturales y naturales para promover un fuerte sentido de comunidad y participación ciudadana, mitigando la falta de gobernanza regional y fortaleciendo la seguridad y administración local.

Seguridad en Zonas Conflictivas: Utilizar la diversidad de ecosistemas y el fuerte sector agrícola para desarrollar proyectos que fomenten la paz y la seguridad en zonas de conflictos bélicos, reduciendo la influencia del narcotráfico.

Resiliencia Económica: Aprovechar las festividades autóctonas y las costumbres culturales para diversificar las fuentes de ingreso y asegurar que el turismo no sea la única fuente de desarrollo, mitigando los riesgos asociados.

2.3.1.5 Análisis Matriz DOFA del potencial turístico del municipio de Funes.

- **Debilidades.**

Con respecto a las condiciones administrativas del turismo en el municipio de Funes se puede afirmar que es una debilidad, ya que la mayoría de los recursos que posee el municipio no han sido aprovechados a lo largo del tiempo. Por otro lado, la oficina de turismo fue fundada en el año 2024 lo que deja en evidencia el descuido de las administraciones pasadas

La mala administración de los establecimientos comerciales, por parte de los propietarios y las personas que se encargan de brindar un servicio al cliente se identificó como una debilidad. Esto, gracias a la informalidad que presentan algunos negocios como hoteles y restaurantes, así mismo la falta de capacitación del talento humano. Son factores que dejan en evidencia una debilidad por parte de la administración privada.

Desde un punto de vista socioeconómico, se puede evidenciar la falta de cultura ciudadana y la falta de educación general sobre los beneficios del turismo como una debilidad para el municipio de Funes. Gracias a las diferentes intervenciones, aplicaciones de instrumento de recolección de información, encuestas y entrevistas se pudo evidenciar que el municipio carece de cultura y educación general sobre los beneficios que aporta la industria o el desarrollo del turismo en una región.

De igual manera se pudo evidenciar que los habitantes del municipio carecen de educación general y habilidades para recibir a los turistas, por ejemplo, el manejo del inglés, entre otros aspectos.

La parte técnica desde un punto de vista educativo, se puede catalogar como una debilidad, dado que la mayoría de los negocios no cuentan con talento humano calificado, algunos establecimientos son operados por familiares o trabajadores con poca capacitación, esto da como resultado un servicio al cliente tradicional y empírico.

- **Oportunidades.**

Gracias al interés de las instituciones públicas a nivel regional (Departamento de Nariño) se puede identificar una gran oportunidad para el desarrollo del turismo en el municipio de Funes. Con la gestión de proyectos financiados por el gobierno nacional y otras organizaciones nacionales e internacionales, se pueden obtener recursos desde la administración pública para invertir en el desarrollo y consolidación del turismo en el municipio de Funes.

Teniendo en cuenta que las fiestas patronales están a cargo de la administración pública, se identificó una oportunidad, para hacer una invitación por medio de estas celebraciones patronales.

Dado que en el municipio de Funes se pudo evidenciar que la administración privada (hoteles, restaurantes, cafeterías, entre otros) es bastante empírica y tradicional, se puede identificar una oportunidad para mejorar aspectos como la administración de negocios, el servicio al cliente, la capacitación del talento humano, entre otros factores que ayudarían mejorar la imagen de municipio de Funes.

El municipio cuenta con una geografía que representa una oportunidad, Funes se caracteriza por tener un clima agradable, un relieve montañoso que brinda paisajes atractivos para visitar y una cercanía a la frontera con el vecino país del Ecuador. Todos estos factores representan una oportunidad para el desarrollo del turismo en el municipio de Funes.

Las condiciones socioeconómicas del municipio de Funes pueden ser una oportunidad para el desarrollo del turismo. Dado que los precios de los alimentos y otros servicios básicos son económicos, los comerciantes que se encargan de proveer de productos y servicios manejan precios que se adaptan al entorno dando como resultado productos y servicios económicos. Desde un punto de vista externo es una oportunidad para los turistas y el desarrollo del turismo en general.

- **Amenazas.**

Desde un punto de vista administrativo se pudo comprobar que las administraciones públicas pasadas no incluyeron al turismo dentro de sus planes de gobierno local. Esto representa una amenaza. La falta de voluntad política y gestión por parte de los servidores públicos afecta al municipio y al desarrollo del turismo en general.

Analizando las características de la población en el municipio de Funes, se puede identificar una amenaza en el aspecto técnico. Gracias a la observación directa se puede concluir que la población es bastante conservadora y tradicional, desde un punto de vista técnico representa una amenaza porque las personas pueden oponerse o estar dispuestas a colaborar con nuevas técnicas para mejorar el turismo en el municipio.

La condición que presentan varios establecimientos de negocio en cuanto a infraestructura, servicio al cliente y capacitación de talento humano, pueden representar una amenaza. Dado que estos factores desempeñan una función fundamental dentro del servicio turístico y no cuentan con las características suficientes representan una amenaza.

También se puede identificar gracias a la investigación realizada, que la mala y precaria infraestructura de las vías rurales representan una amenaza para el desarrollo del turismo. Teniendo en cuenta que el municipio de Funes cuenta con varios recursos naturales que están ubicados en diferentes verdaderas, las vías rurales desempeñan un papel protagónico para poder acceder a este tipo de recursos. Pero como se puede observar, las vías están en malas condiciones y en muchos casos no existen vías ni senderos.

Por último, la característica conservadora y tradicional que presenta la población del municipio de Funes, fue catalogada como amenaza por la siguiente razón. Gracias a la investigación y la observación directa se pudo conocer que existen grandes conflictos con terratenientes para poder construir senderos o carreteras que faciliten el aprovechamiento de recursos turísticos naturales. Dado que los terratenientes son personas conservadoras y de avanzada edad, no han permitido que entidades públicas intervengan o manipulan de alguna forma sus terrenos. De igual manera los

terratenientes se han negado a vender sus tierras por motivos sentimentales o simplemente para garantizar una herencia a sus hijos.

- **Fortalezas.**

Una de las fortalezas con las que cuenta el municipio de Funes es la variedad de recursos turísticos que posee, desde recursos naturales, como cascadas, senderos naturales, fauna y flora; hasta recursos que han sido catalogados como patrimonio cultural de interés internacional. Siendo el caso del camino de camino del qhapaq ñan el más representativo y conocido.

Otra de las fortalezas con las que cuenta el municipio de Funes, es con la variedad de eventos religiosos y el gran número de devotos que existe dentro de la población del municipio, las fiestas patronales en torno a la virgen de la buena esperanza por ejemplo atraen a personas de diferentes municipios siendo una fortaleza clave para desarrollar el turismo religioso

El municipio de Funes cuenta con una gran riqueza cultural y gastronómica. Pasando por sus tradiciones, así como su historia y el gran conocimiento sobre la tierra y la agricultura, conforman una fortaleza que puede ayudar a desarrollar el turismo en el municipio.

Otra característica que se puede catalogar como fortaleza, es la ubicación con respecto a la capital del departamento. El municipio se encuentra a una hora de la ciudad de San Juan de pasto, además la carretera está pavimentada y en buen estado. Lo cual puede motivar al gran número de turistas nacionales e internacionales que visitan la capital a visitar el municipio de Funes.

Tabla 2

Matriz DOFA Funes

		Fortalezas	Debilidades
DOFA Funes		F-1 Variedad de recursos turísticos	D-1 Administración de los recursos públicos
		F-2 Eventos patronales y religiosos	
		F-3 Población devota a los eventos religiosos	D-2 Administración de los establecimientos comerciales
		F-4 Riqueza cultural	D-3 Cultura ciudadana en torno al turismo
		F-5 Cerca a la capital del departamento	D-4 Educación general en torno al turismo
		F-6 Riqueza y variedad gastronómica	D-5 Desarrollo de Infraestructura y capacitación técnica
		F-7 Accesibilidad en los precios	D-6 Falta de compromiso presupuestal
			D-7 Carencia de sentido de pertenecía
			D-8 Planificación de las actividades turística
Oportunidades	O-1 Proyectos de instituciones públicas	Estrategias FO	Estrategias DO

O-2 Proyectos de entidades internacionales	Estrategia O-4, F-1	Estrategia D-8, A-2
O-3 Eventos culturales	Brindar oportunidades de capacitación técnica o profesional a la comunidad que está a cargo de los recursos turísticos naturales, con el objetivo de generar conciencia sobre su importancia y las oportunidades de desarrollo sostenible que se pueden desarrollar.	Realizar planificación estratégica enfocada al desarrollo de las actividades turísticas, y los servicios complementarios como la alimentación, el hospedaje o el transporte, para satisfacer la alta exigencia del mercado turístico en la actualidad.
O-4 Capacitación técnica y profesional		
O-5 Frontera con el Ecuador		
O-6 Proporción calidad precio		
O-7 Disposición de tecnología		
O-8 Santuarios y eventos religiosos		

Estrategia A-2, D-4

Estrategia O4, O6, F6

Promover educación general de calidad para la comunidad, para capacitar de manera técnica o profesional al talento humano para mejorar la actitud conservadora y potencializar la riqueza y variedad tradicional que impide de manera gastronómica, para brindar una excelente experiencia gastronómica indirecta o directa el desarrollo del turismo, así mismo, para que la comunidad conozca y se apropie del turismo como herramienta para a precios competitivos. cambiar la realidad social.

Estrategia O1, O2, F3

Promover los eventos que engrandezcan la riqueza cultural y religiosa del municipio, donde los principales protagonistas sean las personas con sentido de pertenencia por su cultura y su característica devoción a los eventos religiosos.

Estrategia D-5, A-3, A-4

Realizar inversión pública o privada para promover el desarrollo de infraestructura rural e infraestructura urbana, de la misma manera, brindar capacitación técnica para que las personas puedan aprovechar estos espacios para su propio beneficio.

Estrategia O1, O2, F4, F5

Proponer proyectos para el aprovechamiento de la riqueza natural y cultural del municipio, con el objetivo de obtener apoyo de las entidades públicas regionales o entidades internacionales para así poder desarrollar el turismo en la zona.

Estrategia A-1, D-1, D-6

Gestionar de manera correcta desde la administración pública, con planes de desarrollo claros, precisos e innovadores con el objeto de administrar los recursos disponibles de la mejor manera posible y gestionar para conseguir y elaborar un presupuesto imprescindible para la inversión en el turismo de la zona.

Estrategia F1, F2, F7, O3, O5, O7, O8

Estrategia A-2, D-3, D-4, D-7

		<p>Fomentar el turismo en Funes por medio de la tecnología dirigida a los municipios cercanos del país vecino Ecuador, para que hagan parte los eventos culturales, patronales y religiosos. Así mismo, aprovechen los recursos naturales y la accesibilidad en los precios.</p>	<p>Gestionar de manera correcta desde la administración pública, con planes de desarrollo claros, precisos e innovadores con el objeto de administrar los recursos disponibles de la mejor manera posible y gestionar para conseguir y elaborar un presupuesto imprescindible para la inversión en el turismo de la zona.</p>
Amenazas	<p>A-1 Falta de voluntad y gestión política</p> <p>A-2 Población conservadora y tradicional</p> <p>A-3 Falta de infraestructura rural</p> <p>A-4 Falta de infraestructura Urbana</p> <p>A-5 Alta exigencia del mercado turístico</p> <p>A-6 Falta de profesionalismo en los factores</p>	<p>Estrategias FA</p> <p>Estrategia F-5, A-2</p> <p>Realizar convenios con entidades en la ciudad de Pasto, que brinden capacitación profesional a la población a cargo de los recursos turísticos, o encargados de la operación en algún servicio particular. Para así, poco a poco ir desarrollando una ventaja competitiva.</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>Estrategia D-8, A-1</p> <p>Incorporar dentro de los planes de desarrollo del municipio, la planificación para el desarrollo del turismo. Así, desde la gestión política se puede conseguir fondos, al mismo tiempo que se implementa una cultura de voluntad política dentro del sector público.</p>

Estrategia F-1, F-4, A-1

Gestionar y promover la voluntad política por medio de la gestión municipal, con el objetivo de lograr una gestión política justa e innovadora que pretenda aprovechar de mejor manera la variedad de recursos turísticos y riqueza natural que caracteriza la zona.

Estrategia D-1, A-1

Gestionar de manera correcta y asertiva desde la comunidad, para que se administre de manera correcta los recursos públicos. Por otro lado, el sector público debe comprometerse a demostrar por medio de resultados el compromiso y voluntad política.

Estrategia F-5, F-7, A-5

Resaltar las características positivas que el municipio posee para atraer a los turistas, características como la cercanía con la capital, la seguridad y la accesibilidad en los precios, son fortalezas que Funes puede aprovechar, mientras que capacita al personal para brindar un mejor servicio a largo plazo.

Estrategia D-5, A-3, A-4

Gestionar la inversión en infraestructura tanto rural como urbano, de igual manera gestionar capacitación complementaria para que las personas puedan aprovechar de una mejor manera los recursos invertidos.

Estrategia D-3, D-7, A-2

Promover la cultura ciudadana en torno al turismo, dando a conocer

Estrategia F-6, F-7, A-5 todas las fortalezas y oportunidades que tiene el municipio para que la comunidad pueda desarrollar sentido de pertenencia por su territorio y así poder cambiar la actitud conservadora y ser más flexibles con las nuevas tendencias de desarrollo

Promover los aspectos positivos que el municipio posee para atraer a visitantes, aspectos como la variedad gastronómica y su relación calidad precio, paralelo a esto, trabajar en mejorar la infraestructura para brindar un mejor servicio a largo plazo.

Estrategia D-6, A-4, A-1 Comprometer al sector público para elaborar un presupuesto destinado al desarrollo turístico del territorio, con el propósito de mejorar la gestión política en torno al turismo, y trabajar en mejorar las condiciones del municipio para atender turistas

Estrategia A-2, F-2 Promover el desarrollo turístico en los eventos culturales o religiosos que se celebran en el municipio, con el objetivo de ir cambiando la actitud de la comunidad en general para que sean menos conservadores y más flexibles a las nuevas oportunidades y tendencias de desarrollo.

2.3.1.6 Cruce de Variables matriz DOFA

- **Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades)**

Aprovechar los eventos culturales para crear ingresos: Formar un fondo presupuestal destinado al turismo, aprovechando los eventos culturales y religiosos, con ayuda de las entidades públicas haciendo gestión presupuestal dentro de los planes de desarrollo.

Administración de los recursos públicos y comerciales: Mejorar la gestión mediante la implementación de proyectos de instituciones públicas y entidades internacionales.

Cultura ciudadana y educación en torno al turismo: Aprovechar los eventos culturales y la capacitación técnica y profesional para fomentar una cultura turística y mejorar la planificación de las actividades turísticas.

- **Estrategias DA (Debilidades-Amenazas)**

Población conservadora y tradicional sin educación general del turismo. Por medio del compromiso y desarrollo de planeación estratégica alrededor del turismo, se puede educar a la población para que se desarrolle una cultura conservadora y tradicionalista que beneficie el desarrollo económico del municipio por medio del turismo.

Falta de compromiso presupuestal y carencia de sentido de pertenencia: Trabajar con proyectos de entidades internacionales y entidades públicas para obtener financiamiento y realizar actividades para fortalecer la cultura ciudadana en torno al turismo y así fomentar el sentido de pertenencia local.

Desarrollo de Infraestructura y capacitación técnica: Enfrentar la falta de infraestructura rural y urbana con proyectos específicos que mejoren la conectividad, con proyectos específicos que desarrollen el profesionalismo de los factores para mejorar los servicios relacionados con el turismo,

- **Estrategias FO (Fortalezas-Amenazas)**

Variedad de recursos turísticos y eventos patronales, culturales y religiosos: Promover activamente los recursos turísticos en los eventos culturales, religiosos y patronales, en colaboración con proyectos de instituciones públicas y entidades internacionales para atraer financiamiento y turistas a la zona.

Riqueza cultural y gastronómica: Utilizar la capacitación técnica y profesional para mejorar la oferta turística y la experiencia del visitante, destacando la proporción calidad-precio.

Cercanía a la capital del departamento y cercanía con la frontera: Desarrollar paquetes turísticos integrados que incluyan eventos culturales y santuarios religiosos, aprovechando la disposición de tecnología para su promoción.

- **Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas)**

Promoción Cultural: Utilizar la riqueza cultural y la variedad de recursos turísticos para crear eventos que atraigan tanto a la población conservadora y tradicional como a visitantes externos, aumentando así la voluntad política y la gestión de proyectos turísticos.

Población devota y eventos religiosos: Crear iniciativas que contrarresten la falta de voluntad y gestión política mediante la participación comunitaria en la organización de eventos que promuevan el turismo en los distintos recursos naturales, culturales y religiosos.

Mejora de Infraestructura con Identidad Local: Aprovechar la cercanía a la capital del departamento y la riqueza gastronómica para desarrollar infraestructura turística que refleje la identidad local, lo que puede mitigar la falta de infraestructura rural y urbana

Accesibilidad en los precios: Posicionar como un destino turístico asequible frente a la alta exigencia del mercado turístico, la falta de profesionalismo de estructura y la falta de voluntad política.

Riqueza cultural, gastronómica y la alta exigencia del mercado turístico: Posicionar al municipio como destino turístico teniendo en cuenta su riqueza cultural y gastronómica junto con sus precios competitivos y la exigencia del mercado turístico

2.3.2 Promoción y Mercadeo

Desarrollar plataformas digitales para promocionar los atractivos turísticos religiosos, culturales y naturales de Nariño a nivel nacional e internacional.

Posicionar a Nariño como destino de turismo religioso, cultural, natural y deportivo a través de campañas de comunicación y marketing.

2.3.3 Mejora de la Oferta Turística

Elaborar un plan estratégico exportador de turismo cultural, aprovechando sus atractivos religiosos, arquitectónicos, iconográficos, monumentales, naturales, etnográficos y gastronómicos.

Diseñar productos turísticos que integren el turismo de naturaleza, cultural religioso, gastronómico y de compras en el municipio de frontera con el Ecuador.

Aprovechar la biodiversidad, riqueza cultural y ubicación geográfica estratégica para desarrollar el turismo religioso.

2.3.4 Fortalecimiento Empresarial y Capital Humano

Capacitar y formar al capital humano vinculado al sector turístico, fomentando el emprendimiento y el desarrollo empresarial.

Sensibilizar a la población local sobre la importancia del turismo como motor de desarrollo económico, social y cultural.

2.3.5 *Articulación Interinstitucional*

Articular esfuerzos entre el sector público, privado y la academia para el desarrollo de la cadena productiva del turismo en Nariño.

Formular planes de desarrollo turístico municipal que integren el turismo religioso, cultural y natural como alternativa para el desarrollo económico, social y cultural. Apoyar el ecoturismo, turismo gastronómico, comunitario y religioso a través de la gestión.

2.3.6 *Desarrollo de Infraestructura Turística*

Para potencializar el turismo en el municipio de Puerres, Nariño, es fundamental invertir en el desarrollo de infraestructura turística. La creación y mejora de carreteras y caminos de acceso facilitará la llegada de turistas tanto nacionales como internacionales. La infraestructura básica, como la disponibilidad de servicios de salud, seguridad y comunicaciones, también debe ser fortalecida para garantizar una estancia cómoda y segura para los visitantes.

Otra parte esencial de esta estrategia es la implementación de centros de información turística en puntos clave del municipio. Estos centros ofrecerán mapas, folletos y asistencia personalizada a los turistas, mejorando su experiencia y facilitando su estancia en Puerres. La señalización clara y multilingüe en las principales atracciones turísticas y rutas ayudará a los visitantes a orientarse y explorar el área con confianza. La inversión en infraestructura debe estar alineada con estándares de sostenibilidad para preservar el entorno natural y cultural del municipio.

2.3.7 *Capacitación de la población local*

En servicios turísticos también es crucial. Ofrecer cursos y talleres sobre hospitalidad, guía turística y manejo de pequeñas empresas permitirá a los residentes participar activamente en la industria turística. Esta preparación garantizará que los visitantes reciban un servicio de alta calidad, lo que a su vez aumentará la reputación de Puerres como un destino turístico atractivo y profesional.

2.3.8 Marketing y Promoción

Desarrollar una sólida identidad de marca para el municipio de Funes que resalte sus atributos únicos y atractivos, como por ejemplo su geografía, su clima y su cultura. Así mismo, crear materiales promocionales atractivos, videos y sitios web, para atraer a turistas potenciales a los grandes eventos municipales, como las fiestas patronales. Por último, fomentar la participación en ferias turísticas y eventos regionales con material multimedia atractivo para dar a conocer el municipio.

A través de campañas de marketing dirigidas a mercados turísticos nacionales e internacionales se atraerá a nuevos visitantes. Utilizar plataformas digitales, redes sociales y colaborar con influencers del sector turístico ayudará a difundir las mejoras y las nuevas oportunidades que ofrece Puerres. Así, el desarrollo de infraestructura turística no solo mejorará la experiencia del visitante, sino que también atraerá a un mayor número de turistas, dinamizando la economía local.

Puerres cuenta con un rico patrimonio cultural que puede ser explotado para atraer a turistas interesados en la historia y las tradiciones locales. La creación de rutas turísticas culturales que incluyan visitas a monumentos, y sitios históricos permitirá a los visitantes sumergirse en la cultura del municipio. Estas rutas pueden ser guiadas por expertos locales que proporcionen información detallada y anecdótica, haciendo la experiencia más enriquecedora y educativa.

Al implementar estrategias de manera coordinada y con el compromiso de todos los actores involucrados, Funes puede convertirse en un destino turístico próspero y sostenible, que aproveche al máximo su potencial y contribuya al desarrollo económico y social de la comunidad.

2.3.9 Infraestructura y Servicios Turísticos

Mejorar la infraestructura turística, empezando por la remodelación, construcción y mantenimiento de senderos, miradores, recursos naturales y centros de información turística. Del mismo modo, fomentar la creación y mejora de alojamientos turísticos bien equipados, como hoteles, posadas, casas rurales y campamentos, que se adapten a las necesidades y preferencias de los visitantes. Por

último, garantizar la calidad y la seguridad de los servicios turísticos, como transporte, alimentación y actividades recreativas bajo empresa que le cumpla al cliente.

2.3.10 Colaboración y Cooperación

Establecer alianzas con empresas turísticas, ya posicionadas en el departamento de Nariño y a nivel Nacional, del mismo modo, establecer alianzas con organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales a nivel local, regional y nacional para dar a conocer e impulsar el desarrollo turístico de Funes. Por otra parte, fomentar la colaboración entre los diferentes actores del sector turístico en la zona, incluyendo a empresarios, guías turísticos, artesanos y artistas locales, para crear experiencias turísticas auténticas y memorables.

3 Conclusiones

El potencial turístico en los municipios de Puerres y Funes, en el departamento de Nariño, Colombia, se caracteriza por la riqueza natural y paisajística de la región. A continuación, se presentan algunas conclusiones:

La región cuenta con una variedad de paisajes, desde la zona de pie de monte hasta la zona de montaña, lo que ofrece oportunidades para desarrollar diferentes actividades turísticas, como senderismo, ecoturismo y aventuras en el aire libre, sumado a esto la biodiversidad en la región es muy rica y variada, con una gran cantidad de especies de flora y fauna, lo que atrae a turistas interesados en la observación de la vida silvestre y la conservación del medio ambiente.

La zona de pie de monte y la zona de montaña tienen diferentes usos del suelo, incluyendo bosques naturales primarios, cultivos y pastos, lo que permite la implementación de estrategias turísticas que combinen la conservación del medio ambiente con la economía local. Además, la región tiene un área libre considerable, lo que permite la construcción y adecuación de centros recreacionales, como parques y áreas de esparcimiento.

El desarrollo del turismo en la región debe ser sostenible, considerando la conservación del medio ambiente y la participación activa de la comunidad local en la planificación y gestión de los recursos turísticos.

En la formulación de estrategias turísticas para el desarrollo del sector es necesario que se incluyan la promoción de los lugares turísticos, la actividad conjunta, el mercadeo y la participación en ferias es esencial para dar a conocer los sitios turísticos a nivel regional, nacional e internacional.

4 Recomendaciones

Para el desarrollo del sector turístico en los municipios de Puerres y Funes, en el departamento de Nariño, Colombia, se presentan las siguientes recomendaciones:

Se recomienda invertir en la construcción y mejora de infraestructuras turísticas, como carreteras, hoteles y servicios de transporte, para facilitar el acceso y la movilidad de los turistas, además se debe promover y dar a conocer los lugares turísticos de la región, como los bosques naturales a través de campañas publicitarias y estrategias de marketing.

Se recomienda implementar estrategias de mercadeo efectivas, como la creación de un plan de mercadeo para el sector turístico en el departamento de Nariño, que incluya la promoción de los lugares turísticos, la asociatividad y la participación en ferias y eventos.

Es fundamental la participación activa de la comunidad local en la planificación y gestión de los recursos turísticos, para garantizar la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible de la región.

Se recomienda implementar programas y estrategias que promuevan el emprendimiento y el desarrollo económico en el municipio de los municipios de Puerres y Funes, con un enfoque en género, para fomentar la participación de las mujeres en la economía local.

Se debe mejorar la conectividad entre los municipios de Puerres y Funes, mediante la construcción de vías de comunicación y la implementación de servicios de transporte público, para facilitar el acceso a los lugares turísticos, así como también la conservación del medio ambiente y la biodiversidad en la región, mediante la implementación de políticas de protección y manejo sostenible de los recursos naturales.

Referencias bibliográficas

- AENOR (2018,) *Presentación de la ISO 13687 de puertos deportivos*. Revista de la evaluación del a conformidad. <https://revista.aenor.com/338/presentacion-de-la-iso-13687-de-puertos-deportivos.html>
- Aerolínea LATAM (s.f.). ISO 14785 Oficinas de información turística. beneficios que trae implementar la norma ISO 39001:2018 en tu organización. <http://www.isoslatam.com/view/iso14785.html>
- Aguirre, Erika, Marcela, Mantilla Oscar M., Jairo, Romelia Herazo, Patricia, Romo, Alexandra M., Yovani Vásquez, Javier (2018). *Mujeres emprendedoras del municipio de Puerres*. [Trabajo de Grado. Universidad Nacional Abierta a Distancia. Bogota, Colombia] <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/23924/omantillac.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Andrade-Zambrano, Carlos A. (2021) *Calidad institucional y llegada de turistas internacionales en América Latina*. Revistas AIRÓS, Vol. (4) No. 7, pp. 94-112, <https://doi.org/10.37135/kai.03.07.05>
- Arias G. Jesús, Villacís K (2016). *El Protocolo De Investigación: la población de estudio*. Revista Alergia México, vol. 63, núm. 2, abril-junio, 2016, p. 202.
- Bravo Figueroa, Daniel y Oviedo Ceballos, Kevin A. (2022). *Fortalecimiento de la Cultura Ciudadana a partir de los Lugares*. [Trabajo de grado. Universidad. Mariana. San Juan de Pasto]Repositorio institucional.
- Brida, J. G., Rodríguez Brindis, M., & Mejía-Alzate, M. L. (2021). *La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín – Colombia*. Revista de Economía del Rosario, 24(1), pp. 1-23. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.8926>

Calidad Turística (2022, 17 de enero) *Norma UNE-ISO 13810. Turismo Industrial*. ICTE · FE-STI-22, Ed.1. Revista. 2

Cámara de Comercio de Pasto. (2019). *Panorama empresarial Boletín económico* No 04 – 2019.

Caro Sosa, J. Aya Mercado, A., (2019). *Comportamiento del Turismo en Colombia Después de la Firma del Acuerdo de Paz* [Trabajo de grado. Colegio de Estudios Superiores en Administración-Cesa, MBA Internacional. Bogotá] <http://hdl.handle.net/10726/4032>

Chaves Mora, Eduardo., (2000). *Esquema de ordenamiento territorial del municipio de Puerres*. Consultor. [Consultores Fundación Patía 2000] <https://repositoriocdim.esap.edu.co/bitstream/handle/20.500.14471/10621/5257-2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Chris Anderson (2006) *Why The Future Of Business is selling less of more*. Publicación Nova York: Hyperion

Charfuelán, A., Caicedo Ana G., Castillo Calpa, Sarah M. (2021). *Plan de mercadeo para el posicionamiento del turismo en la región de Nariño*. [Trabajo de grado.Universidad Icesi, Santiago de Cali] https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/88556/1/TG03210.pdf

Cisneros-Martínez, J. D., & Fernández-Morales, A. (2016). *Concentración estacional de la demanda hotelera en Argentina*. *Revista de Estudios Regionales*, (106), 197-221. <https://www.redalyc.org/pdf/755/75547651008.pdf>

Control Unión España (s.f.). ISO 21401, *Gestión de la sostenibilidad en alojamientos turísticos* <https://espana.controlunion.com/es/programas-de-certificacion/iso-21401-gestion-de-la-sostenibilidad-en-alojamientos-turisticos>

Grupo ACMS, Consultora (2020, 8 de octubre), *Turismo médico - Turismo de salud ISO 22525*.
<https://www.grupoacms.com/noticias/iso-22525-en-desarrollo-estandar-sobre-turismo-medico>

DANE. (2018). *Población Negra, Afrocolombiana, Raizal y Palenquera. Resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*.

Decreto número 229 del 2017 (2017, 14 de febrero), El Presidente de la República de Colombia.
Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79382>

Decreto número 355 del 2017, (2017,3 de marzo) El Presidente de la República de Colombia.
Reglamenta la conformación y el funcionamiento del consejo nacional de seguridad nacional turística y los comités departamentales de seguridad turística. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30030414>

Decreto número 2158 del 2017. (2017, 20 de diciembre). *Por el cual se adiciona el Capítulo 9 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social.* <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma>.

Díaz, F. Medellín, V. Ortega, J. & Santana, L. (2009), citado por: *Formulación y evaluación de proyectos*. Diana Mondragón Puerto. Bogotá D.C.

Enríquez Figueroa, Genith Belén (2019). *Diagnóstico de la calidad del agua en el acueducto del corregimiento de Guapuscal Alto del municipio de Funes Nariño*. [Trabajo de grado. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. San Juan de Pasto]
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/31842/gbenriquezf.pdf>

Galtung, E. A. (2001). *La paz positiva y negativa. Una construcción de diversas perspectivas de paces*. Editorial Planeta.

- Gencat, (2017). *La norma de calidad Q UNE-ISO 18065:2016*.
<https://parcsnaturals.gencat.cat/es/detalls/Article/La-norma-Q-de-qualitat-turistica>
- Greg Richards (2007), *Cultural Tourism*. Editores: New York [etc.]: Haworth Hospitality Press. ISSN 0250-8281, Vol. 34, N° 2, 2009, pp. 223-225
- Gutiérrez, Á., María y Reyes M., Nathalia. (2017). *La competitividad del sector turístico en Colombia en las regiones Caribe y Pacífico*. [Trabajo de grado, Universidad ICESI, Santiago de Cali]
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83556/1/TG01944.pdf
- Hosteltur (2015, 28 de mayo). *El turismo cuenta con 21 normas internacionales ISO*
https://www.hosteltur.com/111269_turismo-cuenta-21-normas-internacionales-iso.html
- INTECO (2019) (Instituto de Normas Técnicas en Costa Rica). *Normas para ofrecer mayor seguridad a turistas de aventura*. Diario Cr.com. <https://adiariocr.com/negocios/normas-para-ofrecer-mayor-seguridad-a-turistas-de-aventura/>
- Jafar Jafari (2021) *La identificación del turismo*. Revista Contribuciones a la Economía. University of Wisconsin-Stout. http://www.polyu.edu.hk/htm/istte/p_jafar.htm
- Jaramillo Prado, Miller Fernelly (2012). *Desarrollo de una aplicación móvil para el posicionamiento comercial de las heladerías de Paila como parte del turismo gastronómico del municipio de Pasto*. [Trabajo de grado. Universidad Mariana, San Juan de Pasto]. Repositorio Institucional.
- Jiménez Gonzales Estefanía y Morales Vélez Melisa (2020), *Análisis sobre la evolución del Sector Turismo en Colombia durante la última década*. [Tecnológico de Antioquia, Medellín Colombia] <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/750/Evolucion%20turismo.pdf>

Laurent Martínez Laura L. (2015). *Proyectos de Inversión y Planes de Negocios: Estudio Financiero*. Unidad V. p.5

Ley 300 de 1996 (1996, 30 de julio). El Congreso de Colombia, Título IV Art 26. *Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

Ley 1101 de 2006. (2006, 22 de noviembre). El Congreso de Colombia *Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=22241>

Ley 2068 del 2020. (2020, 31 de diciembre). El Congreso de Colombia. *Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>

Ley 2069 del 2020. (2020, 31 de diciembre). El Congreso de Colombia. *Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

López Nastar, Jenry y Calvache López, Libardo., (2012) *La música identidad cultural de una comunidad Municipio de Puerres Nariño.*, [Trabajo de grado, Universidad de Nariño, San Juan de Pasto]Repositorio Institucional.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023,12 de agosto). Noticia de Turismo. *El sector turismo cierra el primer semestre de 2023 con indicador de visitantes no residentes al alza*.
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/primer-semester-2023-visitante-no-residentes-alza>

Morales, M. Jiménez, E., (2020). *Análisis sobre la evolución en Colombia del sector turismo durante la última década*.

Murillo Moreno, Marysela C. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, concepto, componentes y clasificación*. Artículo. Universidad de Los Andes, Mérida. Venezuela. ISSN 1317-882., pp. 135-138.<https://biblat.unam.mx/hevila/Visiongerencial/2011/vol10/no1/10.pdf>

Norma técnica NTS-TS sectorial colombiana 005 (2023, 24 de febrero). *Establecimiento de Alojamientos*. https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH005_.pdf

Olguin, Cristina. (2011) *Proyecto de Planificación Turística Potrero de los Funes Año 2011*. [Trabajo de Grado. Universidad empresarial siglo 21, Córdoba Argentina] <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/10712>

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2008), *Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2005-2007), Amazon.Com. *Entender el Turismo: Glosario Básico* https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/38507/glossarysprev.pdf

Oceánica (s.f.) Escuela de buceo de Argentina. *Normas ISO / EN ISO: Organización Internacional de Normalización EN: Norma europea. ISO 11121: 2009* <https://www.oceanicabuceo.com.ar/buceo-normas-iso/>

Peña Espinoza Edgar Alberto. (2009). *Proyectos de desarrollo. Escuela Superior de Administración*

Resolución número 0700 del 2021 (2021, 15 de julio). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Por la cual se implementa la Tarjeta de Registro de Alojamiento*. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=115199>

Resolución 3068 de 2015 (2015, 28 de diciembre) *Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para*

las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015. <https://fontur.com.co/es/resolucion-3860-de-2015>

Serrano Amado Ana M., Montoya Restrepo, Luz., Amado Cely, Nidia. (2021). *La competitividad turística, una aproximación desde el departamento de Boyacá, Colombia*. Tend. vol.22 no.1 Pasto. <https://doi.org/10.22267/rtend.212201.162>

Telencuestas (2023), *Cuántos habitantes tenía Puerres, Nariño en 2023*. <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/narino/puerres>

Telencuestas (2023), *Cuántos habitantes tenía Funes, Nariño en 2023*. <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/narino/funes>

Toursim Economis (2021). *Impulsando la recuperación del turismo en Colombia. Plataformas Digitales y Datos*. <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Colombia-FInall-Small-Spanish.pdf>

Vallejo Yacelga, Mario Alejandro. (2017) *Propuesta para el desarrollo conjunto de proyectos de turismo rural entre la comunidad rural el sector terciario en el departamento de Nariño*. [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C] <http://hdl.handle.net/10554/36400>.

Weaver, David B. (2001). *Clase de Turismo Sustentable en la Universidad de Guadalajara - 2014*. <https://es.slideshare.net/slideshow/ecotourism-as-mass-tourism/35584572#11>

Webster, C., y Ivanov, S. (2014). *Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?* Tourism Management, pp. 137-140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003>

Anexo

Anexo A. Encuesta dirigida a empresarios

Objetivo: Analizar las condiciones en la prestación de servicios turísticos desde la percepción de los administradores con el fin de contribuir al desarrollo del Sector Turístico en zona de frontera de Ecuador Colombia

Información General						
1	Nombre o razón social					
2	Propietario - administrador					
3	Dirección					
4	Página Web					
5	Nro. empleados permanentes					
6	Está registrado en cámara de comercio	SI ___	NO ___			
7	Es usted propietario o arrendatario					
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI ___	NO ___			
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio					
10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)					
Estándares de Gestión						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	Estado de conservación de la estructura, pisos, paredes, cielo raso y techo.					
12	Estado de conservación de elementos móviles: puertas, ventanas.					
13	Espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas. (adicionar movilidad de personas con discapacidad)					

14	Espacios públicos organizados para facilitar el acceso, circulación y/o movilidad de personas con discapacidad.
15	Hotel diseñado y construido: de acuerdo al estilo de la cultura local; con materiales sólidos de origen local; en armonía con el entorno; en función de las condiciones climáticas.
16	Acorde con la categoría del alojamiento.
17	Sólido, uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización.
18	Uso de materiales y diseños locales; adaptada a la categoría del negocio y al recinto o local.
19	En caso de ofrecer alimentos, se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos.
20	En caso de ofrecer alimentos, los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados (gorra o malla, delantal de color claro) limpios y calzado cerrado
21	Acogedor, agradable y confortable.
22	Rápida y esmerada; trato afable, cortés y servicial del personal a todo cliente.
23	Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos.
24	Dispositivos de protección en rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas.
25	Personal bien entrenado para emergencias. Equipo de primeros auxilios visible y accesible (botiquín, incendios y catástrofes naturales). Vías de evacuación bien señalizadas, de fácil acceso y

	siempre despejadas. Se cuenta con un plan de evacuación		
26	Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.		
27	Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos		
28	El establecimiento presta servicios complementarios al de alojamiento (estacionamiento, gimnasio, lavandería, otros)		
29	Actitud acogedora y vestimenta adecuada del personal		
30	Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas).		
31	Mantenimiento periódico de equipos eléctricos, a gas, leña, energía solar o eólica.		
Seguimiento y atención del servicio al cliente			
32	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento		
33	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI___	NO ___
34	Realiza capacitaciones al personal	SI__	NO ___
35	Si contestó sí, qué tipo de capacitación		
36	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación Días libres Otros_____	
37	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI___	NO ___
38	De acuerdo al número de habitaciones ofrecidas y de acuerdo al siguiente rango como se considera	___	Pequeño: 2 a 19 habitaciones

____ Mediano: 20 a 39
habitaciones

____ Grande: 64 a 128
habitaciones

Observaciones

Anexo B Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de restaurante

Objetivo: Analizar las condiciones en la prestación de servicios turísticos desde la percepción de los administradores con el fin de contribuir al desarrollo del Sector Turístico en zona de frontera de Ecuador Colombia

Información General						
1	Nombre o razón social					
2	Propietario - administrador					
3	Dirección					
4	Página Web					
5	Nro empleados permanentes					
6	Está registrado en cámara de comercio	SI__	NO __			
7	Es usted propietario o arrendatario					
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI__	NO __			
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio					
10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)					
Estándares de Gestión						
Evalúe de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 t ji totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	El establecimiento cuenta con manual de buenas prácticas de higiene e inocuidad de alimentos					
12	Los servicios sanitarios están separados por genero					
13	Los servicios sanitarios están debidamente equipados con implementos de aseo					
14	Se tiene programas de desinfección y limpieza					

15	Se tiene programas de control de plagas.
16	Cuenta con buena ventilación que permite la remoción de olores y calor.
17	Existen recipientes suficientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la recolección de basuras.
18	Se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos.
19	Los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados y equipos de protección adecuados
20	El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)
21	El establecimiento tiene plan de manejo ambiental
22	Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR: Planos de evacuación detrás de las puertas Señalización de evacuación Salida de emergencia y puntos de encuentro.
23	Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.
24	Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos
25	Cuenta con servicio de internet para sus clientes.
26	Instalaciones adecuadas y seguras de la cocina y cafetería según normas vigentes.
27	Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas).
28	Mantenimiento periódico de equipos eléctricos, a gas, energía solar o eólica.

Seguimiento y atención del servicio al cliente			
29	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento		
30	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI___	NO ___
31	Realiza capacitaciones al personal	SI___	NO ___
32	Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos.	SI___	NO ___
33	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación _____ Días libres_____ Otros_____	
34	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI_____	NO _____
Observaciones			

Anexo C. Encuesta dirigida a empresarios que administran los recursos turísticos

Objetivo: Analizar las condiciones en la prestación de servicios turísticos desde la percepción de los administradores con el fin de contribuir al desarrollo del Sector Turístico en zona de frontera de Ecuador Colombia

Información General	
1	Nombre o razón social del Administrador
2	La administración del recurso es pública o privada Pública ____ Privada ____
3	Ubicación del recurso
4	Página Web
5	Nro. empleados permanentes
6	Está registrado en cámara de comercio SI ____ NO ____
7	Es usted propietario o arrendatario
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico SI ____ NO ____
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio
10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)
11	A cuál de las siguientes categorías pertenece el recurso turístico <ul style="list-style-type: none"> a. Sitios Naturales ____ b. Manifestaciones culturales ____ c. Folclore ____ d. Gastronomía e. Acontecimientos programados ____ f. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas ____
12	Descripción del recurso turístico

13	Particularidades distintivas del recurso turístico	
14	Acceso al recurso turístico	<p>a. Terrestre. Especifique _____</p> <p>b. Aéreo. Especifique _____</p> <p>c. Marítimo o fluvial _____</p>
15	Tipo de Acceso al Recurso	<p>Libre _____</p> <p>Previa presentación de boleto o ticket _____</p> <p>_____ Semirrestringido (previo permiso)</p> <p>_____ Otro, ¿cuál? _____</p>
16	Época propia	<p>Mencionar si la visita se realiza durante:</p> <p>Todo el Año _____</p> <p>Esporádicamente-algunos meses _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Fines de semana _____</p> <p>Feridos _____</p> <p>Especificar la fecha _____</p> <p>HORARIO DE VISITA: _____</p>
17	De los siguientes servicios adicionales con cuales se cuenta dentro del recurso	<p>a. Alojamiento _____</p> <p>b. Alimentación _____</p> <p>c. Lugares de esparcimiento _____</p> <p>d. Especifique _____ cuáles: _____</p>

Estándares de Gestión					
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3	1	2	3	4	5

indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.

17 Evalué el estado actual del recurso turístico

18 Evalué el estado de los servicios dentro del recurso relacionados con Agua, Desagüe, Luz, Teléfono, Alcantarillado, Señalización

19 Evalúe el estado de los servicios fuera del recurso relacionados con Agua, Desagüe, Luz, Teléfono, Alcantarillado, Señalización.

20 Se tiene programas de desinfección y limpieza del recurso

15 Se tiene programas de control de plagas.

17 Existen recipientes suficientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la recolección de basuras.

18 En caso de ofrecer alimentos se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos.

19 Los empleados cuentan con los uniforme y equipos necesarios para la prestación del servicio

20 El establecimiento cuenta con un plan de emergencia
(de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)

21 El establecimiento tiene plan de manejo ambiental

22

Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR:

Planos de evacuación detrás de las puertas
 Señalización de evacuación
 Salida de emergencia y puntos de encuentro.

24 Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos

25 Cuenta con servicio de internet para sus clientes.

Seguimiento y atención del servicio al cliente

29 Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento

30 Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos SI _____ NO _____

31 Realiza capacitaciones al personal SI _____ NO _____

32 Si contestó si qué tipo de capacitación

33 Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano Bonificación
 Días libres
 Otros _____

34 Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes SI _____ NO _____

Observaciones

Anexo D. Encuesta dirigida a Guianza Turística.

Objetivo: Analizar las condiciones en la prestación de servicios turísticos desde la percepción de los administradores con el fin de contribuir al desarrollo del Sector Turístico en zona de frontera de Ecuador Colombia

Información General						
1	Institución					
3	Dirección					
4	Página Web					
5	Nro. empleados permanentes					
6	Director o jefe					
Estándares de Gestión						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	Guías debidamente capacitados, con licencia profesional y acreditación comunitaria.					
12	Presentación y vestimenta adecuadas a la función. Atención y trato afable, cortés y servicial al turista.					
13	Capacidad para comunicarse en lengua materna.					
14	Dominio de lengua local y un idioma extranjero.					
15	Autoridad y competencias para guiar grupos.					
16	Cumplir con todo el programa prometido al turista					
17	Puntualidad: respetar horarios y evitar retrasos.					
18	Prever acompañantes para excursiones largas.					
19	Conocimiento profundo de la cultura local y los ecosistemas de los sitios visitados. Impartir normas de					

	conducta a los visitantes sobre preservación del patrimonio natural y cultural; velar por su estricto respeto.		
20	Disponer de material informativo adecuado y diverso: impresos y audiovisuales.		
21	En perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados (caballos, asnos, llamas)		
23	Información y señalización preventiva de riesgos y peligros en senderos y excursiones.		
24	Equipo de seguridad en perfecto estado: comunicación (radio y celular), mapas, brújula, linterna, binoculares.		
25	Seguro de accidentes contratado por el negocio.		
26	Guía bien entrenado para primeros auxilios y emergencias con turistas (accidentes y malestares).		
27	Equipo de primeros auxilios y socorro disponible.		
28	Equipo para uso de turistas limpio y desinfectado: carpas, utensilios, vajilla, botas, acémilas.		
29	Pulcritud de vestimenta e higiene diaria de los guías. Disponer de bolsas para recoger basura y otros usos.		
Seguimiento y atención del servicio al cliente			
30	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento		
31	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI_____	NO _____
32	Realiza capacitaciones al personal	SI_____	NO _____
33	Si contestó sí qué tipo de capacitación		
34	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano.	Bonificación _____	Días libres _____
		Otros _____	

35 Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del SI_____ NO _____
servicio ofrecido a sus clientes

Observaciones

Anexo E. Entrevista dirigida clientes del hotel

¿Cuál es su nombre completo y a que se dedica?

¿Qué nivel de formación usted tiene?

¿Cuántos días ha durado su estancia en el hotel?

¿Qué opinión tiene sobre el estado de las instalaciones y la limpieza general de las habitaciones durante su estancia en el hotel?

¿Ha tenido alguna experiencia particularmente destacada, ya sea positiva o negativa, durante su estancia en el hotel?

¿Qué opina sobre las comodidades y servicios ofrecidos por el hotel, como el acceso a internet, entre otras?

¿Cómo describiría la calidad del servicio proporcionado por el personal de hotel durante su estancia en el hotel?

¿Ha encontrado que el personal del hotel está bien capacitado y es capaz de satisfacer sus necesidades durante su estancia en el hotel?

¿Se han cumplido sus expectativas en términos de atención al cliente y servicio durante su estancia en el hotel?

¿Ha tenido la oportunidad de alojarse en otros hoteles del municipio? Si su respuesta es sí ¿Cómo se llaman el Hotel? ¿Cómo compararía su experiencia con la del otro establecimiento?

Anexo F. Entrevista dirigida a clientes del transporte.

¿Cuál es su nombre completo y a que se dedica?

¿Cuál es su nivel de formación?

¿Cómo ha sido su experiencia general durante su viaje en el medio de transporte?

¿Qué opinión tiene sobre el estado general del autobús y la comodidad de los asientos?

¿Qué opinión tiene sobre la limpieza y el mantenimiento general de las instalaciones dentro del medio de transporte?

¿El medio de transporte cuenta con servicios a bordo, como por ejemplo aire acondicionado o entretenimiento?

¿Cómo calificaría la profesionalidad, cortesía y actitud del chofer y/o los ayudantes durante su experiencia en el medio de transporte?

¿Se han cumplido sus expectativas en términos de puntualidad y seguridad durante el viaje en autobús?

¿Cómo calificaría la preparación y capacidad de respuesta del personal para resolver problemas o situaciones inesperadas durante el viaje?

Anexo G. Entrevista dirigida a clientes del restaurante

¿Cuál es su nombre completo y a que se dedica?

¿Cuál es su nivel de formación?

¿Cómo ha sido su experiencia general en el restaurante?

¿Qué opinión tiene sobre el estado general del restaurante, incluyendo la infraestructura y la limpieza?

¿Cómo calificaría la comodidad de las instalaciones, como las sillas, mesas y la disposición del espacio?

¿Qué opinión tiene sobre la actitud y el servicio proporcionado por el personal?

¿Cómo calificaría el servicio al cliente recibido durante su visita?

¿Se han cumplido sus expectativas en términos de calidad de la comida, tiempo de espera y atención recibida?

¿Considera que los precios en el restaurante son justos en relación con la calidad de la comida y el servicio recibido?

¿Cómo calificaría la eficiencia del servicio en términos de rapidez en la atención?