

**Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo y atención del Punto de Información Turística de la Cámara de Comercio en la ciudad de Ipiales, Nariño, (2015).**

**Paola Sofía Delgado Muñoz**

**Universidad del Cauca**

**Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas**

**Programa de Turismo**

**Popayán**

**2016**

**Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo y atención del Punto de Información Turística de la Cámara de Comercio en la ciudad de Ipiales, Nariño, (2015).**

**Paola Sofía Delgado Muñoz**

**Informe final de la práctica profesional para optar al título de ‘Profesional en Turismo’**

**Asesora académica: Espec. Enith Velasco Valencia**

**Universidad del Cauca**

**Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas**

**Programa de Turismo**

**Popayán**

**2016**

## Contenido

	Pág.
Nota de Aceptación .....	5
Dedicatoria .....	6
Agradecimientos.....	7
Lista de Cuadros.....	8
Lista de Figuras .....	9
Lista de Tablas.....	10
Lista de Anexos .....	10
Resumen .....	13
Introducción .....	14
Contexto .....	146
1 Descripción de la realización del Primer Objetivo: caracterizar los actores del turismo en la ciudad de Ipiales, departamento de Nariño. ....	21
1.1 Metodología .....	22
1.2 Actividades.....	23
1.2.1 Socialización de la propuesta .....	23
1.2.2 Recolección de información.....	23
1.2.3 Identificación de eventos recientes que apoyen desarrollo de la industria turística ..	244
1.2.4 Socialización Número 1 del Proyecto de Articulación al Comité Turístico. ....	266
1.3 Conclusiones .....	31
2 Descripción de la realización de los Objetivos Dos, Tres, Cuatro y Cinco .....	32
2.1 Metodología .....	32
2.2 Actividades.....	33
2.2.1 Realización de la Socialización No 2 del proyecto de articulación con base al Comité Turístico. ....	33
2.3 Conclusiones .....	444

2.2.2 Desarrollo de entrevistas diagnóstico a los actores turísticos. ....	444
2.2.3 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 2 objetivo.....	577
2.2.4 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 3 objetivo.....	655
2.2.5 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 4 objetivo.....	877
2.2.6 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 5 objetivo.....	12929
3 Conclusiones finales.....	144
Referencias .....	1466
Anexos.....	1488

## **Nota de Aceptación**

El director y los jurados han leído el presente trabajo, como así mismo, han escuchado la sustentación ídem por sus autores y lo encuentran satisfactorio.

---

Enith Velasco Valencia  
Asesor Académico

---

Jurado

---

Jurado

Popayán, 27 de enero de 2016

## **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a toda mi familia quienes han formado un valor de amor, apoyo y de servicio continuo y en esta etapa promovieron una fe plena ante cada paso dado.

Especialmente realizo una dedicación a todo los seres humanos que un día tuvieron la idea de la existencia de un Programa de Formación Profesional en Turismo, y con esfuerzo, creencia, dedicación y tiempo, tuvieron la valentía de transmitir su sueño y hacerlo realidad. A cada persona que ha hecho parte desde su estructuración, funcionamiento y permanencia dedico este trabajo como parte de una cosecha que ahora muestra su alcance.

## **Agradecimientos**

A Dios por el maravilloso regalo de la vida, y con ella la oportunidad de contar incondicionalmente con la guía y el acompañamiento de mis padres para el inicio y culminación de esta meta profesional. Su ejemplo de dedicación, constancia y compromiso han sido pilares para este logro. Y con ese regalo agradezco las grandes muestras de amor apoyo y fe de toda una amplia familia que uno a uno aportaron de diferente manera pero siempre presentes en este proceso. A mis amigos y compañeros que construyeron un ambiente de alegrías y enriquecedoras experiencias de aprendizaje y cooperación.

Y para toda la Institución, docentes, administrativos y equipo de trabajo, que día a día brindaron su tiempo, conocimientos y lo mejor de ellos para atender y ejercer su labor. Realizo un reconocimiento especial a la asesora académica Esp. Enith Valencia por su admirable confianza y dedicación para hacer de una idea la realidad de un proyecto y de un logro.

Son innumerables las personas que en este periodo estuvieron relacionadas a través de su ayuda, consejos y noble servicio, a todos ustedes expreso mis agradecimientos que consolidan la finalización de una etapa universitaria, y el comienzo de un ciclo profesional.

## Lista de Cuadros

Pág.

Cuadro 1. Listado empresas turísticas intervinientes en el diseño de la propuesta de articulación del Comité Turístico.....	43
Cuadro 2. Descripción de las diferentes fuentes de información para la estructuración de las entrevistas.....	46
Cuadro 3. Lista depurada actores comprometidos y fechas de aplicación entrevistas.....	52
Cuadro 4. Lista de casos que abandonan el proceso. ....	53
Cuadro 5. Descripción del proceso de entrevistas personales a los actores del Comité Turístico.	54
Cuadro 6. Análisis resultados Sector Agencias de Viajes.....	788
Cuadro 7. Oferta y Demanda de las Agencias .....	81
Cuadro 8. Análisis resultados Sector Hoteles .....	83
Cuadro 9. Análisis resultados Sector Hoteles .....	84
Cuadro 10. Análisis resultados Sector Asociaciones y Fundaciones .....	85
Cuadro 11. Descripción de Cargos del Comité Turístico.....	93
Cuadro 12. Descripción fortalezas de los Sectores del Comité Turístico .....	126
Cuadro 13. Posibles riesgos del Comité Turístico .....	126



## Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Diseño del Organigrama Circular del Comité Turístico.....	95
Figura 2. Condiciones para la asociatividad.....	104
Figura 3. Funcionamiento de los servicios del Comité Turístico.....	1200

## Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Resultados de la tabulación Pregunta No. 23.....	90
Tabla 2. Resultados de la tabulación Pregunta No. 22.....	99
Tabla 3. Resultados de la tabulación de la Pregunta No. 29. ....	1088

## Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1..Informe de conformidad con las actividades realizadas en la Cámara de Comercio de Ipiales .....	149
Anexo 2. Modelo base de datos Sector Agencia de Viajes.....	14950
Anexo 3 Listado de asistencia al evento de Desarrollo de Producto Turístico .....	15151
Anexo 4. Carta de solicitud información Sectores del Turismo .....	15252
Anexo 5. Flyers modelo de invitación Evento Turístico.....	153
Anexo 6. Carta de Invitación para eventos turísticos de socialización del Proyecto de Articulación Turística.....	154
Anexo 7. Lista de verificación entrega de invitaciones. ....	155
Anexo 8. Presentación de la propuesta a cargo del Presidente Ejecutivo Cámara de Comercio de Ipiales .....	156
Anexo 9. Presentación de la propuesta a cargo de Paola Sofia. Delgado Muñoz, Profesional en Turismo. ....	157
Anexo 10. Lista de asistencia general de los actores turísticos.....	158
Anexo 11. Lista de actores turísticos con interés en el Proyecto de Articulación del Comité Turístico de Ipiales.....	159
Anexo 12. Comunicación invitación oficial.....	160
Anexo 13. Socialización del evento por estudiante Paola Sofía Delgado.Muñoz .....	161
Anexo 14. Promoción 2 evento. Lugar: Empresas Agencias de Viajes .....	162
Anexo 15. Lista promoción del evento .....	164
Anexo 16. Contacto / ´promoción vía teléfono celular .....	165
Anexo 17. Promoción del evento por correo electrónico.....	166
Anexo 18. Registro de asistencia .....	167
Anexo 19. Apertura a la presentación de la información organizada .....	168
Anexo 20. Espacio para resolver dudas e inquietudes al final del evento. ....	169
Anexo 21. Actores integrantes del Comité Turístico de Ipiales.....	170
Anexo 22. Registro empresas comprometidas con desarrollo del Comité Turístico.....	171
Anexo 23. Entrevista Profesional en Turismo / operadores turísticos .....	172

Anexo 24. Material turístico promocional sobre Colombia.....	174
Anexo 25. Organización de la información .....	177
Anexo 26. Modelo Mapa Turístico y Comercial. Borrador .....	178
Anexo 27. Comunicaciones varias Cámara de Comercio Ipiales promoción certamen .....	179
Anexo 28. Promoción Mapa Turístico en el PIT Rumichaca .....	180
Anexo 29. Registro visitas concepto: Mapa Turístico y publicidad empresarial.....	181
Anexo 30. Registro de visitas a empresas. Concepto: Cuentas de Cobro.....	182
Anexo 31. Diseño definitivo Mapa Turístico – Acta Confirmacion de Direcciones .....	183
Anexo 32. Lista de registros de empresas y cancelación total de costos .....	1855
Anexo 33. Promoción Mapa Turístico en sectores estratégico de Ipiales.....	186

## Resumen

El Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo y atención del Punto de Información Turística de la Cámara de Comercio en la ciudad de Ipiales en el Departamento de Nariño, es un proyecto de grado en modo de práctica o pasantía para la obtención del título Profesional en Turismo. Su estructuración y posterior ejecución se sujetan a las necesidades de articulación turística diagnosticadas localmente a partir de la actividad que sugiere el Punto de Información Turística y la Entidad

Con el apoyo de la asesora académica se formula un completo trabajo que caracteriza los objetivos a cumplir, las actividades correspondientes, las herramientas y elementos de estudio indicados, organizados en una metodología que describe paso a paso el proceso utilizado para la realización del proyecto. También se cuenta con la Cámara de Comercio de Ipiales que actúa como el medio para justificar la ejecución del proyecto y acoger en tal medida la participación de la estudiante. A través de las instalaciones, el personal idóneo, capacitación y espacios de práctica, entre otros, la Entidad brinda el soporte necesario para el cumplimiento de la práctica profesional.

Durante el ejercicio del proyecto se involucran actores turísticos de la ciudad en diferentes eventos de socialización de la propuesta de asociatividad con el fin de obtener un grupo diverso del sector, que se consolide como los integrantes de la modalidad de articulación turística. Con los análisis correspondientes, se estructura El Comité Turístico de la ciudad de Ipiales con un total de once personas para el cual se diseña una propuesta de funcionamiento en red de los servicios turísticos que garantice una proyección de su ciclo de vida

## **Introducción**

El presente documento tiene como fin detallar el proceso correspondiente a los objetivos llevados a cabo del proyecto en mención, adicionalmente la descripción de las diferentes actividades que hicieron parte de la agenda de trabajo respecto a los momentos previos y posteriores de la ejecución de las tareas, cabe mencionar un acompañamiento de material visual que permite un mayor acercamiento de los acontecimientos puestos en relación.

Todo lo anterior, en cuanto a las herramientas que a continuación tienen lugar, están articuladas a la obtención de la información necesaria con referencia a los avances en materia de Turismo lo que respecta a la demanda y oferta de servicios o productos turísticos de cada una de las empresas, datos a cerca de alianzas estratégicas y experiencias en temáticas empresariales ya que después de adquirir un compromiso de vinculación para el inicio del proceso de diseño de funcionamiento del Comité Turístico de la Ciudad de Ipiales, departamento de Nariño, permitieron el desarrollo y la continuación del proyecto abordado.

Se presenta entonces los objetivos correspondientes con la debida explicación de la forma en la que se abordaron las diferentes temáticas y acciones enfocadas hacia la realización de los compromisos propuestos.

El presente informe es el primer acercamiento en el ejercicio de la práctica profesional, en este caso se realiza mediante el análisis de los resultados obtenidos para el primer objetivo, lo

cual representa el paso más importante para la continuación del proceso de diseño de la estrategia permanente de articulación de los actores turísticos de la ciudad de Ipiales, esto debido a que el resultado obtenido constituye la base de la participación, de socialización y de compromiso entre los involucrados, además permite identificar el grado de aceptación del proyecto según los indicadores establecidos.

A lo largo de este documento todas las herramientas de información implícitas están enfocadas en presentar los resultados al caracterizar los actores del Turismo en la Ciudad de Ipiales, departamento de Nariño, mediante una descripción detallada de cada uno de los pasos, actividades y procesos involucrados durante el periodo correspondiente al desarrollo del primer objetivo del proyecto en mención.

## CONTEXTO

El presente proyecto se formula y desarrolla bajo el marco de funcionamiento de la Cámara de Comercio de Ipiales, teniendo en cuenta su relación con el fortalecimiento del sector turístico y su capacidad para identificar las necesidades del sector; la propuesta de articulación se formula en calidad de respuesta a la situación de baja cooperación entre los agentes turísticos ante el compromiso para la dinamización de la industria.

La Cámara de Comercio de Ipiales tiene como fin según fuente la fuente web institucional <http://www.cciipiales.org.co> “afianzar la formalización empresarial, promover el desarrollo sostenible de la región. A demás de cumplir con las funciones delegadas por el estado para afianzar la formalización empresarial, promover el desarrollo sostenible de la región, propiciar espacios de formación y emprendimiento a través de la gestión y alianzas estratégicas que propendan por la competitividad Regional...”. Enmarcada dentro de ese propósito y teniendo en cuenta la visualización institucional en cuanto a una dinamización del turismo en la ciudad de Ipiales, la Cámara de Comercio a través de los Puntos de Información Turística (PIT) promueve el destino local- regional por medio de las funciones que desempeñan estos puntos como son la promoción e información turística, adicionalmente participa en la realización de procesos de articulación de los sectores que en conjunto aportan a la constitución del turismo.

Sin embargo los esfuerzos de fomentar e implementar una actividad turística a través de alianzas institucionales no han sido suficientes, debido a que hoy en día no se cuenta con una asociación sólida de los actores turísticos de la ciudad de Ipiales lo cual significa que aún no se ha diseñado la estrategia que involucre a los sectores, actores o agentes y que fortalezca su



compromiso y permanencia lo cual garantice el fortalecimiento de una unión en pro del turismo y el cumplimiento a cabalidad de lo propuesto por la Cámara de comercio y los P.I.T con relación al marco institucional en cuanto al alcance del turismo en el destino en mención.

Cabe resaltar la presencia de diversas formas de asociación destacadas en los Planes de Desarrollo a nivel departamental y local enfocadas a diferentes sectores que afectan de una manera u otra la dinamización de la industria del turismo, pero el diseño de una articulación que fortalezca esta actividad a largo plazo es aún un espacio vacío en las publicaciones institucionales, como se indica: según el Diagnostico Final de Nariño 21 de mayo 2012: “Articulación entre los subsectores: si se identificó en las opiniones abiertas como uno de los más sensibles y de mayor impacto en la eficacia para el manejo del destino. Esta relación se califica como muy débil y de amenaza (p. 451)”

La ciudad de Ipiales no es ajena a la realidad económica y al comportamiento que describe el marco económico y social, por ello el diseño de una estrategia que apoye alianzas y articule los actores que caracterizan a través de su razón de ser una actividad turística en desarrollo es fundamental debido a que en el momento de su implementación dicho proceso permitirá fortalecer y posicionar una ciudad como destino turístico reconocido, posicionado y con alternativas turísticas que impulsen atractivos más allá de los tradicionalmente identificados por la población. Cuando se logra contar con una estrategia diseñada que articule sectores que se relacionan con la industria turística el lugar objeto de desarrollo se encuentra a un paso de acción para propiciar un real aprovechamiento y acercarse al impacto que ha generado la economía, el turismo, y la asociatividad a nivel nacional y mundial.

Para ello se formula el proyecto de grado titulado : **“Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo y atención del Punto de Información Turística de la Cámara de Comercio en la ciudad de Ipiales, Nariño”**, esta propuesta es la oportunidad de estructurar y dar a conocer las grandes posibilidades de crecimiento de una región a través del turismo, es plasmar una visión de los logros que la cooperación trae implícita y caracterizar las fortalezas que traducidos en aportes por parte de los actores turísticos brindan un equilibrio para no enfocarse en las debilidades en cuanto a la oferta turística.

Para su desarrollo se caracterizan los siguientes objetivos, en su función de guía metodológica para la obtención de los resultados:

### **Objetivos**

- Caracterizar los actores del Turismo en la Ciudad de Ipiales.

El primer paso considera la realización de una caracterización de los actores turísticos: al obtener la información a través de fuentes primarias y secundarias concerniente a cada actor involucrado en el proceso de articulación.

- Identificar los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.

Con la información básica de los actores del turismo es necesario determinar datos más allá de fuentes básicas y por medio de la obtención de información a partir de entrevistas, análisis y procesos los cuales permitan conocer iniciativas, procedimientos, resultados, efectos en materia de turismo.

- Estructurar la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.

Al conocer la existencia a cerca de los actores del turismo para la propuesta de articulación, es indispensable realizar un acercamiento respecto a su naturaleza de ejercicio, es decir, identificar la oferta y demanda de cada uno de ellos referidos a los servicios o productos turísticos. Este proceso permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y demás factores que se deben tener en cuenta al momento de elaborar una propuesta de articulación debido a que es una unión de esfuerzos y un proceso recíproco del dar y el recibir, para impulsar el desarrollo del turismo local.

- Estructurar la propuesta de cómo debería funcionar una Red de Apoyo de Servicios Turísticos entre los actores identificados como respuesta a la estrategia de articulación.

Es el diseño de la propuesta en que los actores turísticos podrían articularse teniendo como marco obtener una Red de servicios Turísticos y cómo podría funcionar con la forma de asociatividad identificada, para ello se estructura una estrategia de funcionamiento que aproxime una permanencia en escenarios de implementación y ejecución.

- Atender a los clientes y todo usuario del P.I.T respondiendo a sus expectativas con relación a la información turística del producto local.

La atención en el P.I.T es una actividad que se lleva a cabo en el sector fronterizo, Rumichaca en el cual se desarrollaran las funciones correspondientes a la promoción del producto local-

regional, consolidación de información estadística y el desarrollo de la propuesta objeto de estudio de este anteproyecto.

La información que se encuentra a continuación es la descripción del proceso que abarca el inicio y la finalización de cada objetivo con sus respectivas actividades, de igual manera este proyecto soporta su existencia, diseño y ejecución a lo largo de este documento presentando los espacios, personas, empresas, análisis y situaciones que permitieron e hicieron parte el cumplimiento a cabalidad del proyecto en mención. (Anexo 1. Informe de conformidad con las actividades realizadas en la Cámara de Comercio de Ipiales)

## **1 Descripción de la realización del Primer Objetivo: caracterizar los actores del turismo en la ciudad de Ipiales, departamento de Nariño.**

Para realizar una caracterización debida del proceso requerido para el cumplimiento de este objetivo, es fundamental en primer lugar definir su importancia, su razón de ser, es decir, brindar una idea concreta a cerca del concepto que trae consigo la formulación de este objetivo.

La palabra caracterizar se refiere a la descripción detallada de los rasgos del objeto en cuestión lo cual permita ser diferenciado. Por lo tanto el primer objetivo que se analiza es el ejercicio de la determinación de los principales elementos que identifican a cada uno de los actores del turismo en la ciudad de Ipiales que indican un grado de interés o presentan un proceso de fortalecimiento en relación con la empresa en su dirección y la industria del sector turístico.

La presentación de este objetivo en un primer lugar, se debe al hecho que para iniciar una actividad de articulación es indispensable tener claro la naturaleza de los diferentes participantes; adicionalmente, es en esta instancia donde se establecen los integrantes que dan vida a una forma de alianza ya que es este espacio el punto de partida que, al estar estructurado, permite la continuación de los siguientes objetivos con sus respectivas actividades planteadas.

## 1.1 Metodología

Como resultado final se obtuvo un listado con las empresas de diferentes sectores con relación a la actividad turística que mostraron interés en conocer, recibir más información o ser parte del diseño de una estrategia permanente de articulación para la ciudad de Ipiales, en este caso cabe resaltar que el proyecto en desarrollo se adhirió a la forma de un Comité Turístico , debido a que iniciativas anteriores lo habían formulado y se mantenía una pequeña base de datos de algunas empresas que lo conformaban, sin embargo fue posible identificar a través de fuentes institucionales, como es la subsecretaría de cultura y turismo de la ciudad que dicho comité no se encuentra en funcionamiento por diversos factores, es decir no existen procesos, proyectos o algún registro de actividad del mismo.

Por lo cual el listado que conforma la base de datos para el primer objetivo es una respuesta al llamado de hacer parte del diseño de una estrategia permanente de articulación por medio de la formulación del Comité Turístico anteriormente propuesto con la debida estructuración de cómo debería funcionar con base al objeto de estudio del proyecto.

A continuación se lista el paso a paso que fue necesario, en orden de tiempos para obtener el resultado ya mencionado.

## **1.2 Actividades**

**1.2.1 Socialización de la propuesta.** En este punto se procedió a brindar la información correspondiente respecto al proyecto por parte de la estudiante Paola Sofía Delgado Muñoz hacia el funcionario encargado y perteneciente al Departamento de Proyectos y Competitividad de la Cámara de Comercio de la ciudad de Ipiales. La información que se presentó fue una descripción detallada del anteproyecto realizado, destacando los objetivos propuestos, la metodología y el alcance además de exponer el tiempo requerido y sugerido por la Universidad para validar el proceso de práctica profesional.

Con ello se obtuvo un propósito claro con relación a la proyección dada, lo cual permitió recibir una respuesta totalmente satisfactoria por parte del asesor de la entidad, exponiendo así un apoyo continuo desde conocimientos, experiencia y herramientas que actúan como facilitadores del proyecto de grado.

**1.2.2 Recolección de información.** Fue necesario recoger información con relación a diferentes bases de datos de empresas registradas con afinidad a la actividad turística, en primer lugar hoteles, agencias de viajes restaurantes, empresas de transporte y bares, esta información se obtuvo en la oficina de Coordinación de atención al cliente, el cual facilitó las bases de datos por cada uno de los sectores empresariales anteriormente mencionados.

En segundo lugar para los diferentes centros comerciales, empresas sector salud, instituciones públicas y entidades sin ánimo de lucro, sus respectivas bases de datos se lograron a través de

consultas en fuentes secundarias como son: directorios telefónicos de la ciudad e información en la web.

Con relación a la elaboración y organización de las bases de datos los elementos que las definieron fueron los campos de nombre de la empresa, dirección, teléfono, e- mail, contacto- propietario (Anexo 2).

El objeto al contar con las bases de datos de los diferentes sectores empresariales es para establecer un respaldo de verificación del estado y actividad de las empresas y/o actores que finalmente se establecieran como aquellas interesadas en participar en el proceso de articulación de Comité Turístico, es decir, a partir de las bases de datos identificadas se conformó una fuente de información para obtener la base de datos esperada del primer objetivo.

### **1.2.3 Identificación de eventos recientes que apoyen el desarrollo de la industria turística.**

Para contar con una información más específica la cual actúe como filtro para brindar un acercamiento al sector turístico y para aquellas empresas que permita caracterizarlas según su dinamismo en la participación de eventos ya sea capacitaciones, proyectos, entre otros, se consultó el eventos más reciente y con alto grado de influencia para la industria turística en este caso se destaca el siguiente titulado: “Diseño de producto turístico para Ipiales- corredor turístico hacia el Santuario de las Lajas” el cual se llevó a cabo en la Casa de la Cultura en Ipiales con la dirección de FONTUR y la participación libre de los diferentes sectores de la actividad turística.



De este evento se obtuvo el listado de asistencia con un total de 47 personas el cual se utilizó como filtro para aquellas empresas registradas en las anteriores bases de datos ya organizadas, lo cual permitió empezar a identificar los diferentes actores que además de cumplir las funciones de prestadores de servicios turísticos estaban involucradas en procesos de aprendizaje y prácticas para aportar al fortalecimiento del sector en la ciudad (Anexo 3).

Comité Turístico. Es importante tener en cuenta que para obtener conocimiento acerca de la existencia de un Comité Turístico fue fundamental los diálogos establecidos con la funcionaria encargada de la Subsecretaría de Cultura y Turismo con la cual se realizaron consultas adicionales sobre el evento de producto turístico realizado, espacios que propiciaron la obtención de información sobre la situación del sector turístico en la ciudad entre ellos. Para esto fue necesario el acompañamiento del asesor de la entidad encargada el cual realizó la cordial presentación entre las partes interesadas.

Cabe mencionar que a lo largo de dos visitas a la oficina de la Subsecretaría de cultura y turismo se estableció el contacto y la información necesaria que arrojó la propuesta de continuar y organizar el proceso de conformación del Comité Turístico como respuesta a la estrategia permanente de articulación objeto del proyecto. Además, se contó con un listado de 30 personas empresarias del sector que anteriormente aparecían como integrantes del comité en mención, lo cual actuó como una herramienta fundamental y de importante avance para establecer una base definida de las empresas que mostraban compromiso con el dinamismo del turismo y el aprovechamiento de las oportunidades para maximizar el potencial de la región (Anexo 4).

En última instancia para este consenso se realizaron consultas previas con la docente Enith Velasco, la asesora académica del presente proyecto, quien mostró conformidad con la decisión.

En este sentido cabe resaltar que la dirección y los resultados del proyecto tienen el siguiente enfoque: el diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo en la ciudad de Ipiales, ahora el proceso de desarrollo de cada uno de los objetivos se adhiere al Comité Turístico el cual actúa como la estrategia de articulación a diseñar donde se entregará en respuesta a la caracterización de un proceso que garantice permanencia de este, el cómo debería funcionar dicho comité, es decir la forma de organización, objetivos y políticas a plantear y los factores de éxito de las diferentes formas de asociatividad.

**1.2.4 Socialización Número 1 del Proyecto de Articulación al Comité Turístico.** La naturaleza de esta actividad es la esencia y la conclusión del primer objetivo, de esta manera se plasman en un listado las empresas que después de conocer el proyecto de articulación con el Comité Turístico de la ciudad adquieren interés acerca del tema y en una posible participación durante el proceso de su diseño.

La socialización del proyecto se realizó en conjunto al evento de turismo que organizó la Cámara de Comercio el cual contó con otras intervenciones en diferentes temáticas. La secuencia de actividades para la realización de este evento fue la siguiente:

□ **Logística.** En este campo se definió la hora, lugar y fecha del evento el cual quedó de la siguiente manera:

- Lugar: Auditorio principal de la Cámara de Comercio
- Fecha: 7 de Octubre de 2015
- Hora: 4:00 pm

La planeación de este proceso se llevó a cabo una semana antes de la fecha establecida, debido a que era necesario acordar los espacios y horarios entre los proponentes de la agenda, en este caso funcionarios de la Cámara de Comercio y de la Policía de Turismo de la ciudad.

□ **Listado de personas para la respectiva invitación.** La naturaleza del evento se caracterizó por ser pública y dirigida a los diferentes empresarios de la industria turística, por ello a través de las bases de datos correspondientes a los sectores en relación se procedió a verificar el número de empresas como referencia de una muestra para iniciar las labores de publicidad. Es importante mencionar que todas las empresas se tomaron en cuenta sin importar el estado de buenas prácticas con la Cámara de Comercio y la industria en general.

En este aspecto se trae consigo la lista de registro del Comité Turístico, para la cual se brindó especial atención por parte de la estudiante durante todas las actividades siguientes.

Se afirma entonces que se caracterizaron dos tipos de listas para las invitaciones, en primer lugar una muestra general donde aparecían todas las empresas actores de la actividad turística a cargo de la Cámara de Comercio en los que respecta a la publicidad del evento. En segundo lugar una muestra específica con especial interés ya que se encontraba con las empresas que tiempo

atrás decidieron conformar un Comité Turístico para lo cual de manera personal se encargó el ejercicio de la debida invitación.

□ **Publicidad y promoción.** Una vez definidos las listas con los respectivos registros de las personas y empresas potenciales de asistir al evento, lo siguiente fue realizar la publicidad de acuerdo a los parámetros del Departamento de Proyectos y Competitividad, lo cual se constituyó de la siguiente manera: diseño e impresión del material promocional en este caso flyers a cargo de la agencia de publicidad encargada por la Cámara de Comercio (Anexo 5).

Para la publicidad y promoción de la lista del Comité Turístico se realizaron invitaciones donde se especificaba únicamente el evento dirigido a la socialización del proyecto de articulación con especial interés de asistencia de los identificados actores, estas invitaciones contaron con el respaldo del Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio el Doctor Harold Delgado Guerrero (Anexo 6).

La promoción de todo el material y de las diferentes herramientas se inició dos días antes de la fecha establecida para el evento. Para ello la invitación se realizó en dos momentos, el primero de ellos dirigido para el público en general a quienes se realizaron envíos a los respectivos correos electrónicos del flyer con la oportuna información además de la entrega a algunas empresas del material de promoción. El momento segundo con relación a la promoción se caracteriza por el proceso enfocado hacia la lista del Comité Turístico, a quienes se les entregó la carta de invitación con especificación del proyecto de articulación como también se respaldó con el envío de la información a los diferentes correos electrónicos, adicionalmente se llevaron a cabo las

llamadas de forma telefónica a los contactos en lista un día antes del evento y durante el mismo día se con firmó la asistencia de dichas invitaciones (Anexo 7).

Cabe resaltar que la promoción e invitación hacia los diferentes actores en la actividad turística en la ciudad se caracterizó por ser abierta y el interés en asegurar la asistencia de los contactos de la lista que conformó el Comité Turístico se debe al deseo de contar con empresas con iniciativa de dinamizar la industria turística ya sean de un proceso anteriormente iniciado o en nuevos pasos de este campo.

□ **Realización del evento.** Para la ejecución del evento programado, una hora antes de los horarios establecidos se procedió a una revisión del lugar, en este caso del auditorio principal, del equipo de audiovisuales y de la adecuación de un espacio para el registro de los asistentes con los debidos formatos respaldados por la Cámara de Comercio de la ciudad.

Para la apertura del evento se elaboró una agenda de presentación constituida por tres puntos principales los cuales en orden de cumplimiento fueron los siguientes:

1. Bienvenida a cargo del Doctor Harold Delgado Guerrero, Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Ipiales (Anexo 8).

2. Socialización propuesta: Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo en la ciudad de Ipiales a cargo de Paola Sofía Delgado Muñoz, Profesional en Turismo (Anexo 9).

Es importante mencionar que en el transcurso de las intervenciones, se contó adicionalmente con la participación de diferentes representantes de la Policía Nacional, lo cual retrasó las siguientes dos presentaciones representado en una limitación del tiempo programado; sin embargo, antes de finalizar la socialización de la propuesta de articulación con enfoque a la conformación del Comité Turístico, se puso a circulación entre los asistentes una lista de registro para aquellos que quisieran ser parte del proyecto, obtener más información o si era el caso continuar con el proceso del Comité Turístico en la ciudad.

Actualmente se han concertado citas con cada uno de los actores que aparecen en las diferentes listas de registro, principalmente se ha contactado a los 22 representantes de la lista con relación al proceso de articulación en primer lugar por continuar y motivar el interés en el fortalecimiento de la actividad turística y de la ciudad; sin embargo, el proceso de articulación es abierto por lo cual se espera abarcar la mayoría de los asistentes al evento con el fin de concertar compromisos para efectuar en los meses siguientes el trabajo requerido para la elaboración de la estrategia permanente de articulación (Anexo 10).

Como resultado final, se reúnen todas las actividades necesarias para el cumplimiento del primer objetivo. Se consolidan entonces en la obtención de la anterior lista, la cual plasma todo un proceso detallado para llegar hasta aquellas personas- actores del sector turístico que permitieran realizar la primer base de datos del sector turístico de la ciudad de Ipiales con iniciativa de conocer, aprender y participar del diseño de una estrategia permanente de articulación, por medio del Comité Turístico de la ciudad. La lista arrojó 22 registros los cuales se componen de la siguiente manera:

- Sector Agencia de viajes: 14
- Sector Hotelería: 2
- Sector Empresas varias turísticas: 2

### **1.3 Conclusiones**

Tanto la industria como personas ajenas sienten y reclaman la necesidad de unir, cooperar y crear identidad para el turismo en la ciudad de Ipiales, además existe una conciencia del potencial presente en la región capaz de transformar una economía y de dinamizar la caracterización de la oferta turística posicionada en la ciudad. Aunque ha habido esfuerzos por llevar a cabo procesos relacionados con la realización de alianzas estratégicas, estos no han contado con un diseño y una orientación de funcionamiento, alcance y permanencia, lo cual ha causado que se abandonen dichas prácticas, en ese marco el proyecto en ejecución de diseño de una estrategia permanente a través de la articulación del Comité Turístico es una oportunidad para entregar unas bases, unos cimientos que permitan construir en tiempos y estadios futuros una propuesta de la actividad turística en la ciudad con principios de participación de los sectores donde a través de la creación de sinergias permitan cumplir a cabalidad aquellas expectativas que la industria del turismo genera y aporta en lo social, económico, entre otros.

## **2 Descripción de la realización de los Objetivos Dos, Tres, Cuatro y Cinco**

El trabajo que se presenta a continuación, involucra la continuación y desarrollo final de todas las actividades y procedimientos requeridos para el logro del diseño de la estrategia permanente de articulación de los actores turísticos. Esta comprendido por tratar la ejecución de 5 puntos los cuales inician a partir de la práctica y los resultados en un primer momento.

Se brinda en detalle cada paso necesario para cumplir con los diferentes objetivos y obtener de ellos la información para la caracterización sugerida debido a la calidad de interrelacionar el alcance con la forma de llevar a cabo e introducir los conocimientos en el último punto, siendo este un espacio que integra en su formación elementos esenciales de cada actividad y empresa que da origen a los actores del Comité Turístico.

Finalmente se entrega el informe del trabajo aportado para la Cámara de Comercio de Ipiales, labores que a lo largo del tiempo establecido tuvieron lugar como apoyo en el funcionamiento del Departamento de Planeación y Proyectos, específicamente en la elaboración, promoción y comercialización del primer Mapa Turístico de la ciudad.

### **2.1 Metodología**

En este campo se realiza una descripción del trabajo obtenido, es el procedimiento destinado para llevar a cabo las tareas vinculadas con los objetivos, entonces se destacan las actividades que actuaron como guía y el paso a paso que además introduce las temáticas y acciones necesarias en los momentos de los diferentes estados que caracterizó el objeto en mención.



## 2.2 Actividades

### 2.2.1 Realización de la Socialización No 2 del proyecto de articulación con base al Comité

**Turístico.** La orientación que siguió la ejecución de esta actividad, se fundamentó en el hecho de actuar como el punto de partida del proceso de obtención de información y diseño de la estrategia de articulación a partir de la participación de los actores turísticos que tomaron la decisión de ser parte de la conformación del Comité Turístico en lo que refiere a su estructuración, lo anterior fue posible con una debida organización y planeación del evento, tal como argumenta la siguiente descripción:

□ **Programación de la fecha, hora y lugar.** Se fijó con una semana de anticipación los temas en relación, principalmente el lugar debido a que la Cámara de Comercio de la ciudad de Ipiales accede a los diferentes salones y auditorios con previa reservación, por ello teniendo en cuenta las características del público objetivo y el perfil de sus actividades se asignó para el día 27 de Octubre en el Auditorio principal de la entidad, la segunda reunión del Comité Turístico, la cual se estableció con el propósito de brindar una información detallada y completa de plan de acción del proyecto de articulación, destacando los objetivos, las actividades y los resultados que se esperan en el sector turístico, lo anterior con el fin de impartir argumentos para las empresas e instituciones en calidad de actores o agentes turísticos los cuales procedieran a tomar decisiones de hacer parte o no del desarrollo de la formulación del proyecto en mención.

El horario definido fue a las 4:00 pm para el día destinado, con una duración de dos horas, es decir, hasta las 6:00 pm, teniendo en cuenta que por lo general se cuenta con un periodo de

espera de llegada del público alrededor de 30 minutos a partir de la hora de invitación hacia el evento.

□ **Promoción del evento.** Para este paso la promoción y difusión del evento se llevó a cabo de la manera en que la Entidad realiza las invitaciones; con dos días de anticipación las herramientas se efectuaron tales como: entrega de cartas de invitación, socialización con agentes, correos electrónicos y confirmación de asistencia por medio de llamadas telefónicas, lo anterior con base a la “Lista actores turísticos con interés en el proyecto de articulación del comité de la ciudad” obtenida en el desarrollo del primer objetivo (Anexo 11).

A continuación, se caracteriza el proceso:

En primer lugar se redactó el contenido del documento oficial con respaldo de la Cámara de Comercio para detallar el objetivo del evento. Para ello el día 16 de octubre del año 2015 se elaboró con la información pertinente la carta de invitación y el día 21 del mes en mención se procedió a radicar el documento, contando ya con la autorización del Presidente ejecutivo, Doctor Harold Delgado Guerrero.

En segundo lugar se realizó el documento oficial con respaldo de la Cámara de Comercio el cual detallaba el objetivo del evento. Para ello el día 16 de Octubre del presente año se elaboró con la información pertinente la carta de invitación y el día 21 del mes en mención se procedió a radicar el documento, contando ya con la autorización del Presidente ejecutivo, Doctor Harold Delgado Guerrero.

Contando con la carta oficial respaldada por la Entidad, se efectuó la comunicación con los actores turísticos en el siguiente orden de fechas: (Anexo 12)

1. 21 / 10/ 2015: Socialización del evento en la casa de la cultura de la ciudad de Ipiales con las agencias de viajes y otros agentes turísticos pertenecientes al curso de '*Guianza Turística*' orientado por el SENA y con la estudiante pasante. Para ello se contactó con Yurany Guancha, representante de la Fundación para el Desarrollo Territorial y Sostenible FUDETES y participante del curso en mención la cual permitió tener un espacio al terminar la sesión para dar a conocer el evento con relación al Comité Turístico (Anexo 13) .

La socialización se llevó a cabo después de brindar una información de promoción del Mapa Turístico de la ciudad a cargo de un promotor de ventas de la Cámara de Comercio. Durante la difusión del evento con relación al proyecto de articulación, se realizó especial énfasis en la importancia de contar con la asistencia de todos los asistentes, debido a que se tomarían decisiones con respecto a los actores turísticos integrantes del Comité Turístico.

Cada miembro del público recibió la carta de invitación oficial, y se registró en los formatos de inscripción de la cámara de comercio el número de personas involucradas.

2. 23/10/2015: esta fecha corresponde a la promoción que se efectuó de manera personal por los diferentes establecimientos correspondientes a las empresas de los actores turísticos identificados, en total 20 lugares que se visitaron entre agencias de viaje, hoteles, restaurantes

y sector transporte, los cuales se muestran en la imagen de la lista de registro de las cartas de invitaciones entregadas (Anexo 14).

Finalmente después de hacer entrega de la invitación oficial con el encargado turístico en cada empresa, las personas registraron sus datos en un formato de inscripción de la Cámara de Comercio con el fin de brindar una base de verificación de la acción ejecutada con relación a la promoción del evento (Anexo 15).

3. 26/10/2015: Para continuar con la actividad de promoción del evento, se realizaron llamadas a los actores turísticos identificados en los anteriores procesos, con el fin de recordar el compromiso concertado y confirmar la asistencia de los empresarios a esta significativa reunión. De acuerdo con la metodología empleada por el Departamento de Planeación y Proyectos de la Cámara de Comercio en la realización de misiones y eventos, este paso es fundamental para garantizar una asistencia por parte de los invitados además de velar por la calidad en la comunicación a la hora de ejecutar una actividad.

De acuerdo con lo anterior, se contó con el apoyo y la guía de los encargados administrativos de la entidad para permitir el desarrollo de este punto, donde a través de herramientas como bases de datos, formatos de control de la información, teléfono celular a disposición además de la infraestructura del lugar como es la oficina.

Las llamadas se llevaron a cabo en las horas de la mañana del día lunes 26 de octubre donde de manera explícita se compartía la invitación al evento asignado, detallando información del

lugar, fecha, hora y tiempo de duración además de recalcar el objetivo y el nivel de importancia sugerido ante los resultados a lograr al finalizar la reunión y el proceso a iniciar (Anexo 16).

4. 27/10/2015: la experiencia de comunicación de la información culmina con el envío de correos electrónicos a las listas obtenidas anteriormente de los diferentes actores turísticos, en estos se adjuntó la carta de invitación oficial y los datos pertinentes con relación a la realización del evento. Para ello se apoyó en el correo electrónico del Departamento de Planeación y Proyectos: Coordinador de Proyectos CCI, [coorproyectos@ccipiales.org.co](mailto:coorproyectos@ccipiales.org.co) en el proceso de promoción e invitación.

El motivo de efectuar esta acción, es, en primer lugar, la completa divulgación de la invitación por los medios de comunicación usados por los empresarios y, en segundo lugar, para llegar a las personas que por algún motivo en los anteriores procesos de promoción no fue posible establecer el contacto y mediante la invitación vía correo electrónico (Anexo 17)

□ **Realización del evento.** Esta actividad sugiere dos momentos: El primero corresponde a la organización previa a la reunión, donde se realiza el control de las herramientas que se necesitarían tales como formatos de inscripción y lapiceros para el debido registro de los asistentes a la hora de llegada, audiovisuales en este caso computador, micrófonos, pantalla de proyección de video beam, sonido y el material de presentación en power point, además de revisar el estado del auditorio principal en cuanto a aseo, luminosidad, temperatura, estado de los baños y silletería. Lo anterior se ejecutó 1 hora antes del tiempo de inicio indicado y El segundo momento se caracterizó por la realización del evento. La hora de inicio programada se había

establecido a las 4:00pm y teniéndose en cuenta el periodo de espera, que en este caso se prolongó más de lo planeado debido a circunstancias externas, el evento empezó oficialmente a las 5:00 pm con una baja concurrencia de asistentes (Anexo 18).

A continuación se efectúa la bienvenida para dar apertura a la presentación de la información organizada (Anexo 19).


La temática desarrollada se centró en una explicación detallada de la metodología del diseño de funcionamiento del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales. Las imágenes que respaldan la información hacen parte de la presentación en PowerPoint realizada y compartida para el evento, como sigue:

➤ Significado como estrategia de articulación



- Especial énfasis en su condición de estrategia permanente con relación a su proyección y beneficios.

**“Diseño de una estrategia *permanente* para la articulación de los actores del turismo en la ciudad de Ipiales”**



**ELEMENTO CLAVE**

Factor diferenciador que garantiza un resultado a largo plazo

- Causas en cuanto a diagnóstico de la articulación a nivel departamental y local

**FALTA DE CONSISTENCIA**

Según El Diagnostico Final de Nariño 21 de mayo de 2012 :


“Articulación entre los subsectores: si se identificó entre las opiniones abiertas como uno de los más sensibles y de mayor impacto en la eficacia para el manejo del destino. Esta relación se califica como muy débil y de amenaza (p. 451)”



**CAUSAS**

➤ Metodología del proceso de formulación del Comité Turístico

- **Caracterización de los actores del Turismo en la Ciudad de Ipiales**
- **Identificación de los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales**
- **Estructuración de la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales**
- **Estructuración la propuesta de cómo debería funcionar una Red de Apoyo de Servicios Turísticos entre los actores identificados como respuesta a la estrategia de articulación.**




M  
E  
T  
O  
D  
O  
L  
O  
G  
I  
A

➤ Entregables del proceso de formulación del Comité Turístico

**COMITÉ TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE IPIALES**

- **Directrices de la organización a nivel estructural**
- **Alcance y beneficios**
- **Política organizacional: Objetivos y principios, misión y visión**
- **Factores de éxito**



ENTREGABLE



Como se puede observar, el objetivo, además de brindar un contenido específico desde la primera socialización de la propuesta, fue el hacer partícipe a cada asistente de una información que comunicara la visión y alcance de aquello que conocían como un proyecto de articulación lo cual creara una atmosfera donde se tomaran decisiones de ser parte del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales, y del proceso de diseño que significa.

Finalmente se contó con un espacio para resolver inquietudes, dudas y /o sugerencias respecto a lo desarrollado (Anexo 20).

Principalmente se abordaron temáticas respecto a la naturaleza de los integrantes del Comité Turístico debido a los presentes y la necesidad de contar con una participación mayor y con servicios de transporte, restaurantes, sector artesanal, entre otros, que en el momento no se identificaron.

Es importante destacar que en este espacio se evidenció un ambiente de desconfianza en cuanto al éxito del proyecto de articulación debido a que en la ciudad no hay casos que respalden estas propuestas además la cultura individualista de los empresarios, actúa como barrera para creer y tener la iniciativa de cooperar en un proyecto común para la región.

Sin embargo después de escuchar a las personas con sus diferentes intervenciones, fue necesario comunicar que sin contar con las condiciones ideales, el fin giraba en torno a iniciar y ser parte de un proceso de diseño del primer proyecto de asociatividad que reuniría a diversos sectores y agentes del turismo para el fortalecimiento de dicha actividad, recalando que lo

fundamental era iniciar y contar con un equipo protagonistas de la creación del Comité y las condiciones que lo destacan.

Con alegría y optimismo las personas resolvieron su disposición a apoyar y ser parte de esta articulación y mediante una lista formato de registro de los actores comprometidos con el proceso, se conformó el Comité Turístico con 16 integrantes.

Con la reunión de todos los integrantes del proyecto en un mismo espacio y con la actitud de liderar este equipo, se presentan los actores del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales (Anexo 21).

□ **Obtención lista de compromiso de empresas para la conformación del Comité Turístico.**

Con una cordial apertura por parte de las diferentes personas integrantes de esta articulación, se consolidó la decisión de formación del Comité con la generación en un formato de inscripción de una lista titulada “Compromiso Desarrollo Comité Turístico” la cual recibió los datos de los empresarios que se dieron la oportunidad de hacer realidad el proyecto de articulación y entonces iniciar el proceso de diseño de funcionamiento a través de la metodología descrita anteriormente.

La obtención de la lista ya caracterizada permite evidenciar el indicador real de cumplimiento del objetivo del evento organizado, ya que con la información impartida se obtuvo un equipo empresarial de agentes turísticos dispuestos a iniciar y continuar con el desarrollo de una idea que culturalmente ha funcionado para ciertos sectores, espacios y casi de manera desapercibida, se plantea entonces un reto ya que ser parte del Comité es vencer retos a nivel individual, de

creencias y a nivel social además en el sector empresarial, para formar un concepto de cooperación entre personas diferentes pero con capacidades y habilidades complementarias hacia un solo objetivo como es el fortalecimiento del turismo en la ciudad de Ipiales (Anexo 22).

En la siguiente tabla se describe la naturaleza de los actores participantes contando con el respaldo de la lista original.

Cuadro 1. Listado empresas turísticas intervinientes en el diseño de la propuesta de articulación del Comité Turístico.

<b>Nombre</b>	<b>Entidad</b>	<b>Naturaleza</b>
Mery Yolanda Palacios Rueda	Frontera Tours Ipiales	Agencia de viajes
Yolanda Muñoz Revelo	Avianca S.A	Agencia de viajes
Carlos Alberto Gaitán Guifo	Udenar	Agencia de viajes
Julián Pantoja Salazar	Udenar	Independiente
Mauricio Ituyan	Universidad Técnica del Norte	Independiente
Shirley Cuasapud	Egresada U.T.N	Independiente
Gladis Rosero	Fundación Turística de Nariño	Fundación
Erasmus Arturo Pastas	Setours	Fundación
Yurany Guancha	Fundación para el Desarrollo Territorial Sostenible	Fundación
Miguel Guzmán	Viajes Guzmán	Agencia de viajes
Rocío Obando Rosero	Opensky Viajes y Turismo	Agencia de viajes
Guillermo Huertas	Obvio Aumal	Agencia de viajes
Nelly Amparo Chalapud	Transrecreacionales	Agencia de viajes
Mabel Revelo García	Asociación Pumamake	Asociación- Investigación
Jairo Andrés Aza	Asociación Pumamake	Asociación- Investigación
Jackeline Ruales	Hotel Colonial	Hotelería

Resultado: 16 integrantes hasta el momento del proyecto de articulación

## 2.3 Conclusiones

Para lograr la conformación del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales, fue necesario llevar a cabo diversos procesos de acercamiento con los diferentes actores turísticos de los sectores que caracterizan la localidad en la actividad turística, con el fin de conocer la cultura de su dinámica como empresarios y seres humanos, con un énfasis hacia un creciente interés por aprender, aportar y ampliar su actual economía basada en el turismo. Fue preciso reconocer la necesidad de unir esfuerzos para el aprovechamiento del potencial de toda la región que gracias al turismo promete escenarios futuros benéficos en un marco socio-cultural, además se destacó la importancia de contar una estrategia de carácter permanente que evite situaciones pasadas donde iniciativas empresariales de cooperación no contaron con una proyección y por lo tanto un desarrollo duradero, hechos que actualmente permanecen en la mayoría de las personas, en este caso los actores turísticos en forma de desconfianza y falta de credibilidad en iniciativas relacionadas con articulación estratégica.

El Comité Turístico cuenta con actores turísticos resultado de la libre decisión de su deseo de participar y asumir los compromisos necesarios para continuar con el proceso de su formulación de funcionamiento.

**2.2.2 Desarrollo de entrevistas diagnóstico a los actores turísticos.** Al obtener un equipo que lidera el proceso que titula el Comité Turístico de la ciudad de Ipiales, es posible precisar con un número definido de personas que aceptan el proyecto y creen en el potencial implícito, además de ser conscientes que la realización y los resultados en expectativa principalmente requiere de

los actores en cuanto a compromiso ya que se está partiendo desde el diseño lo que brindará una estructura de funcionamiento a una estrategia de articulación permanente denominada Comité y hasta llegar a su implementación y funcionamiento es algo que solamente será viable si cada uno de los intervinientes del Comité continúan en cada una de las diferentes etapas que sugiere esta actividad y toman el papel de creadores y emprendedores pioneros en este ámbito.

Con los actores que forman el equipo del Comité Turístico, se puede seguir con el proceso ya que esta es la información que se requería de manera especial para poder identificar la naturaleza del Comité, las diferentes actividades turísticas implícitas por medio de sus intervinientes, servicios complementarios, iniciativas empresariales, entre otros temas que son necesarios conocer y definir. Para ello la actividad que lidera este punto es la realización de entrevistas a cada uno de los actores turísticos, por medio del cual se efectúa un diagnóstico en áreas específicas, de tal forma se caracteriza el estado actual de las empresas integrantes del Comité Turístico y aquello que pueden crear y que necesitan para cumplir con la proyección de funcionamiento del Comité.

□ **Diseño del formato de las entrevistas.** Para lograr estructurar el tipo de información y el contenido de las preguntas de la entrevista, se mantuvo desde el inicio del proyecto una fuente de información extra, acerca de asociatividad, estrategias de articulación y casos de éxito recibidos por recomendación de la Asesora Académica la Especialista Enith Valencia quien cordialmente compartió los siguientes soportes de datos que seguidamente fueron estudiados:

Cuadro 2. Descripción de las diferentes fuentes de información para la estructuración de las entrevistas.

Nombre	Fuente	Temas
Articulación productiva: una modalidad de actuación para mejorar el desempeño productivo y la competitividad de las pymes.	<a href="http://www.latameconomy.org/es/outlook/2013/production-linkages-clusters-and-global-value-chains-seeking-answers-for-smes/production-linkage-a-course-of-action-to-improve-smes%E2%80%99-production-performance-and-competitiveness/">http://www.latameconomy.org/es/outlook/2013/production-linkages-clusters-and-global-value-chains-seeking-answers-for-smes/production-linkage-a-course-of-action-to-improve-smes%E2%80%99-production-performance-and-competitiveness/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Inicios de la difusión de las primeras formas de articulación.</li> <li>*Recursos de fomento</li> <li>*Condiciones básicas de aplicación</li> <li>*Redes empresariales</li> <li>*Elementos distintivos</li> <li>*Aglomeraciones Productivas: Clúster</li> <li>*Programas y aspectos competitivos de los territorios en redes y clúster.</li> </ul>
Ensayo: Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina	<a href="http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&amp;script=sci_arctext">http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&amp;script=sci_arctext</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Estudio países de desarrollo del turismo comunitario</li> <li>*Liderazgo del crecimiento del Turismo comunitario en Ecuador</li> <li>*Articulación y coordinación entre los diferentes actores del territorio.</li> </ul>
Monografía de graduación: Asociatividad en Pymes del sector turístico.	<a href="http://nulan.mdp.edu.ar/1143/1/torres_s.pdf">http://nulan.mdp.edu.ar/1143/1/torres_s.pdf</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Pymes y los procesos de globalización y tendencias mundiales.</li> <li>*Análisis DOFA de las pymes en el sector turismo.</li> <li>*Conceptos y condiciones en los procesos de asociatividad.</li> <li>*Ventajas y obstáculos para las pymes desarrolladas en asociatividad.</li> <li>*Factores críticos de éxito</li> <li>*Factores de riesgo</li> </ul>

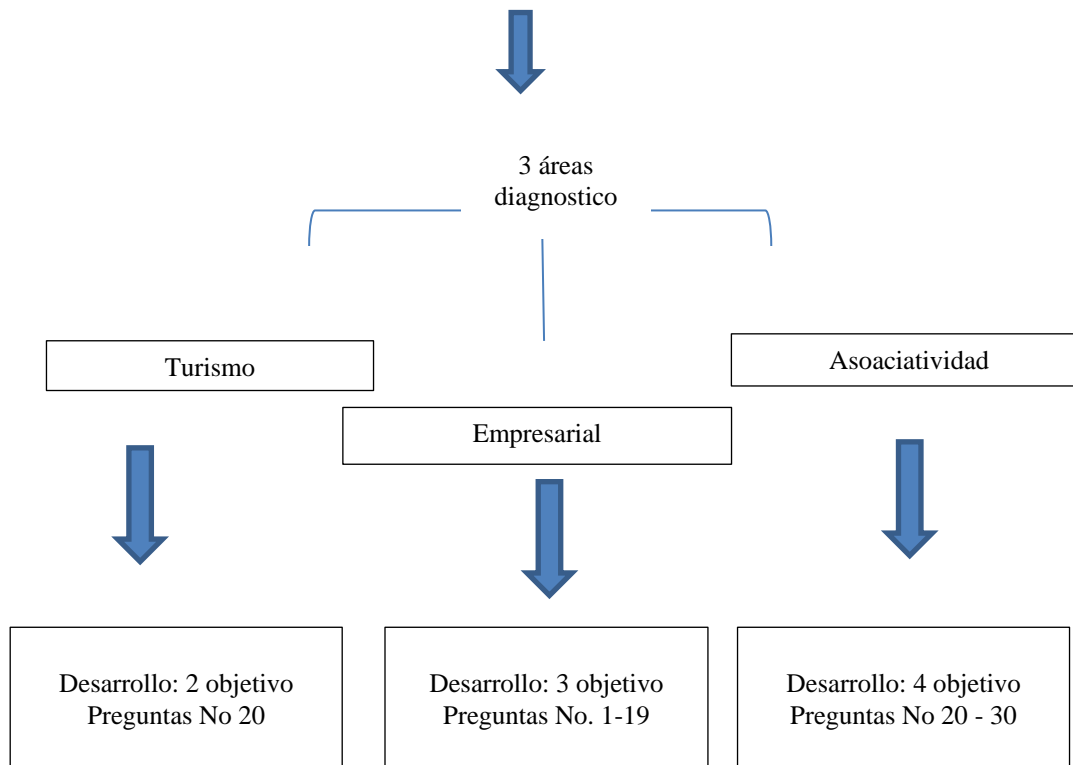
La información estudiada permitió un acercamiento con el tema de asociatividad enfocada a una proyección duradera. Identificando elementos en común, es decir como aquellos principios

que en toda forma de iniciativa de estos procesos y con importantes resultados, deben existir, guiar y practicar como garantía de funcionamiento y calidad en la ejecución.

Con respecto a la entrevista, se decidió ceñirse a las recomendaciones, metodología, estudios y procesos de la monografía de grado: “Asociatividad en pymes del sector turismo”, caracterizándolos como los lineamientos para diseñar las preguntas de la entrevista de acuerdo a las diferentes necesidades de conocimiento e información actual.

También se concretaron ciertas temáticas del documento que actuaron como respuesta a la manera de plantear una entrevista con preguntas que arrojaran los resultados necesarios, ya que a partir de los datos recolectados acompañado de un análisis posterior, se inicia la formulación de funcionamiento del Comité Turístico; para ello a continuación se realiza siguientemente una descripción del contenido de la entrevista:

## Contenido del formato de las entrevistas Comité Turístico (30 preguntas)



### Información adicional de lo descrito

#### Objetivos de estudio

- ✓ Identificar los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.
- ✓ Estructurar la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.

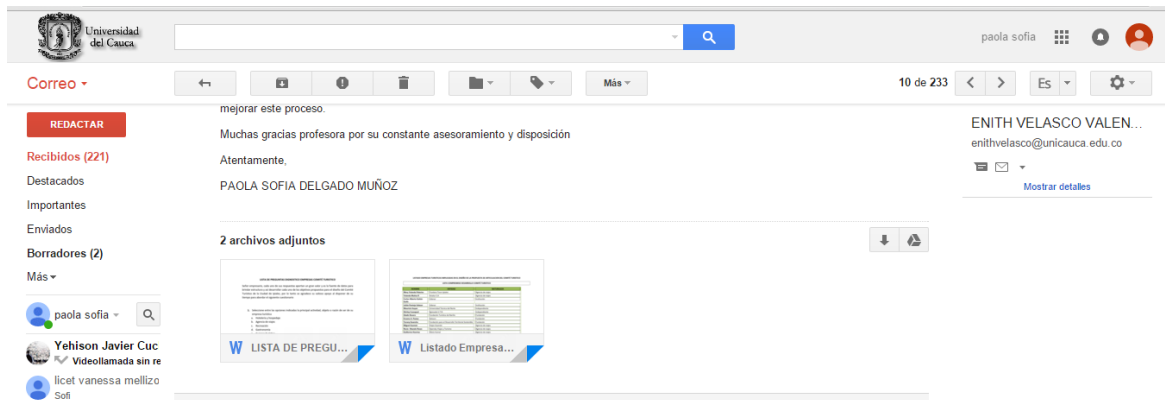


✓ Estructurar la propuesta de cómo debería funcionar una Red de Apoyo de Servicios Turísticos entre los actores identificados como respuesta a la estrategia de articulación.

□ **Organización de la información de las entrevistas.** Con el formato del contenido de las entrevistas, lo siguiente fue contar con la revisión y corrección de la información por parte de la docente encargada de la asesoría académica, para lo cual se realizó el respectivo envío del formato de las entrevistas y solamente se adicionó una pregunta acerca del área de riesgos en asociatividad. El tiempo transcurrido se evidencia en las siguientes fechas:

1. 6 / 11/12: Envío formato entrevista. Véanse sigüientemente imágenes de los correos electrónicos enviados a la asesora académica





## 2. 7/ 11/12: Respuesta correo electrónico



En esta fecha se llevó a cabo la última modificación de las entrevistas, así se obtuvo el producto final del formato de preguntas, orden y contenido con lo cual se procedió en los siguientes 12 días a contactar a cada uno de los actores integrantes del Comité Turístico para iniciar la práctica de este trabajo, es importante resaltar que un factor limitante fue la

comunicación con algunas empresas para asignar la cita de la respectiva entrevista, además del aplazamiento de unas ya previstas por motivos de fuerza mayor.

□ **Realización de las entrevistas. Contactos.** Los contactos se realizaron de manera telefónica por medio de los datos que en los anteriores registros en los formatos de inscripción se recolectaron. Para la llamada se centró en concretar un lugar de encuentro ya sea en la Cámara de Comercio de la ciudad o en un lugar propicio y adicional se brindó una breve explicación de la metodología pertinente y el tiempo promedio de ejecución de la actividad resaltando que el máximo periodo para efectuar el diagnóstico era de 1 hora contando con 20 minutos adicionales que se tuvieron en cuenta para retrasos de llegada.

En este no se estableció una metodología para realizar los contactos telefónicos, el orden fue guiado por el listado titulado “Compromiso Desarrollo Comité Turístico”. Después de aplicar las entrevistas, se presentaron las fechas de la participación en el desarrollo de las entrevistas

Cuadro 3. Lista depurada actores comprometidos y fechas de aplicación entrevistas.

Empresa	Propietario	Fecha realización entrevista		
		Día	Mes	Año
OpenSky Viajes y Turismo	Rocío Obando Rosero	18	11	2015
Transrecreacionales	Nelly Amparo Chalapud	19	11	2015
Viajes Guzmán	Carlos Alberto Gaitán Guifo	25	11	2015
Colonial	Jackeline Ruales	25	11	2015
Viajes Guzmán	Miguel Guzmán	26	11	2015
Fudetes	Yurany Guancha	27	11	2015
Setours	Erasmus Arturo Pastas	30	11	2015
Avianca	Yolanda Muñoz Revelo	1	12	2015
Asociación Pumamake	Mabel Revelo García y Jairo Andrés Aza	3	12	2015
Frontera Tours	Mery Yolanda Palacios Rueda	3	12	2015
Fundación Turística de Nariño	Gladis Rosero	5	12	2015

**Caracterización de los sectores empresariales Comité Turístico**

- Agencias de viaje: 5
- Hoteles: 1
- Asociaciones: 4

• **Factor Limitante:** La lista de los actores comprometidos para la conformación del Comité Turístico, arrojó un total de 16 personas representantes de diferentes empresas, instituciones o actividades relacionadas con la industria turística. Durante el contacto con cada uno de ellos para

establecer las citas para las respectivas entrevistas, se presentaron cuatro casos de personas que en el anterior cuadro que lista las fechas de participación para las entrevistas no aparecían, lo cual indica no continúan el proceso del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales, (Cuadro 4. Lista de los actores comprometidos).

Cuadro 4. Lista de casos que abandonan el proceso.

No.	Nombre	Entidad	Proceso
1	Julián Pantoja Salazar	Udenar	El señor comunicó el deseo de no ser parte del Diseño de funcionamiento del Comité Turístico, debido a su nula experiencia en el turismo y falta de tiempo para cumplir con las actividades requeridas en este trabajo .
2	Mauricio Ituyan	Universidad Técnica del Norte	No fue posible establecer contacto. Los datos registrados no fueron fuente de comunicación, en este caso el número de celular y correo electrónico no respondieron a ningún llamado durante semanas, para lo cual al no recibir respuesta se continúa el proceso sin la persona en mención.
3	Shirley Cuasapud	Egresada Universidad Técnica del Norte	La información de contacto registrada por varias semanas fue utilizada para establecer comunicación con la persona, sin embargo el número de celular no estaba activo y a través del correo electrónico se envió la solicitud de información de contacto de la persona, para lo cual después de varias semanas la señorita respondió aclarando su procedencia del país de Ecuador así como sus actividades de vida, por ello se identificó que debido a la falta de compromiso en ese momento y para lo requerido respecto al Comité no sería posible continuar con su participación.
4	Guillermo Huertas	Obvio Aumal	Los datos de registro del contacto limitaron la comunicación, debido a que el número de celular no se identificó con el señor Guillermo y no hubo información de existencia de algún correo electrónico .

Para los anteriores casos se amplió el tiempo de espera con el fin de poder encontrar un medio de contacto a través de la Cámara de Comercio y las actividades diarias de llamadas y revisión de

e- mails. Ante la nula respuesta se procedió a no prolongar esta actividad para así poder iniciar y llevar a cabo debidamente el siguiente paso de ejecución de los cuestionarios de las entrevistas.

Cabe resaltar que los actores comprometidos, finalmente fueron 12 en representación de 11 empresas, entidades o fundaciones, (Cuadro 5. Descripción del proceso de entrevistas personales a los actores del Comité Turístico).

Cuadro 5. Descripción del proceso de entrevistas personales a los actores del Comité Turístico.

Entidad	Identificación Social	Observaciones
<p><b>1</b>      <b>Agencia de viajes Transrecreacionales</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Nelly Amparo Chalapud</li> <li>- Lugar: Cámara de Comercio, oficina Planeación y Proyectos</li> <li>- Fecha: 19 de noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 10:00 – 11:00 am</li> </ul>	<p>La entrevista inicia con 40 minutos de retraso, lo cual generó una aceleración de la realización para cumplir con el horario establecido. El espacio propició un ambiente para establecer mayor confianza entre las personas relacionadas, además de conocer con más detalle la forma de operación y la mentalidad empresarial del actor turístico (Anexo 23).</p>
<p><b>2</b>      <b>Agencia de Viajes OpenSky Viajes y Turismo.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Rocío Obando Rosero</li> <li>- Lugar: oficina de la agencia</li> <li>- Fecha: 18 de Noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 11:00 am – 12:00 pm</li> </ul>	<p>En horas de la mañana se dio lugar al ejercicio de la entrevista con la Señora Rocío Obando, llevando a cabo las 30 preguntas con apoyo de la persona Profesional en Turismo, previamente a la aplicación del formato de la entrevista en la población objeto existió cierto desinterés en brindar la información respectiva que se tenía planteada, una de las razones de esta causa fue la extensión del formato de entrevista, falta de tiempo, poco conocimiento del tema. Finalmente después de abordar la temática y de conocer las preguntas, se completó un proceso efectivo y con gran expectativa a cerca del trabajo realizado, ya que esto actuó como una actividad donde la empresaria interiorizó a cerca de la actividad turística en su ejercicio. (Anexo 23)</p>
<p><b>3</b>      <b>Viajes Guzmán</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representante: Carlos Alberto Gaitán Guifo</li> <li>- Lugar: Cámara de Comercio, oficina Planeación y Proyectos</li> <li>- Fecha: 25 de noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 3:00 – 4.00 pm</li> </ul>	<p>El ejercicio para el desarrollo de la entrevista se llevó a cabo de manera satisfactoria, ya que se notó interés por las diferentes temáticas abordadas, en cada pregunta además de la respuesta obtenida era un punto de partida para ampliar la información a cerca de la persona entrevistada y su actividad, es preciso destacar que a lo largo de la reunión la retroalimentación entre las partes relacionadas fue notable ya que se complementaban los conocimientos y aportes generados. (Anexo 23)</p>

<p><b>Hotel Torres de Oro</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Jackeline Ruales</li> <li>- Lugar: Instalaciones del hotel</li> <li>- Fecha: 25 de Noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 4:00 – 5:00 pm</li> </ul>	<p>En este caso la práctica de la entrevista fue desarrollada casi en su totalidad por la señora administradora del Hotel, quien se caracterizó por un amplio conocimiento de la actividad turística en general y del hotel, con disposición a mejorar, y complementar los servicios ofrecidos. Se trabajó en un ambiente adecuado, donde se identificó buena comunicación entre las personas en relación además de una efectividad para el logro de la actividad (Anexo 23)</p>
<p><b>Viajes Guzmán</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Miguel Guzmán</li> <li>- Lugar: Instalaciones de la empresa</li> <li>- Fecha: 26 de Noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 4:00 – 5:00 pm</li> </ul>	<p>Para la realización de la entrevista, el señor Miguel Guzmán demostró un genuino interés por la actividad propuesta y su desarrollo se llevó a cabo de una manera fluida debido al conocimiento mostrado a cerca de lo abordado, las respuestas obtenidas permitieron conocer una empresa de agencia de viajes que tiene propiedad para destacarse en cuanto al sector al que pertenece, además cabe destacar el valor percibido hacia la realización de alianzas estratégicas y asociatividad, respaldado por la experiencia en este campo es un actor que identifico y aportó elementos claves para el Comité Turístico de la ciudad de Ipiales. (Anexo 23)</p>
<p><b>Fudetes</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Yurany Soledad Guancha Erira</li> <li>- Lugar: Cámara de Comercio, oficina Planeación y Proyectos</li> <li>- Fecha: 27 de Noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 2:30 – 3:30 pm</li> </ul>	<p>El proceso de ejecución de la entrevista desde un comienzo dispuso de interés y compromiso para facilitar el cumplimiento del cronograma. La Señorita Yurany Guancha dio a conocer a lo largo de las respuestas plasmadas una empresa que constituida como fundación se diferencia en el segmento del mercado y en los servicios ofertados además de la flexibilidad para no depender de una infraestructura fija para su funcionamiento. La representante de esta fundación mostró una amplia dedicación y pasión hacia un aprendizaje en la actividad turística demostrada en los diversos proyectos, capacitaciones, ideas y alianzas en las que ha participado. (Anexo 23)</p>
<p><b>Setours</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Erasmo Arturo Pastas</li> <li>- Lugar: Cámara de Comercio, oficina Planeación y Proyectos</li> <li>- Fecha: 30 de Noviembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 4:00 – 5:00 pm</li> </ul>	<p>Al término de la entrevista, los factores sobresalientes del proceso permiten destacar la diferencia de la empresa por su naturaleza en el servicio de transporte, activa y dinámica en los procesos de iniciativas de la industria turística y en el campo de la asociatividad; lo anterior concluyó en un espacio de saber escuchar y la confianza de los conocimientos de los involucrados para abordar todo el cuestionario. (Anexo 23)</p>
<p><b>Agencia de viajes “Avianca”</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Yolanda Muñoz revelo</li> <li>- Lugar: instalaciones de la agencia de viajes</li> <li>- Fecha: 01 de Diciembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 2:30 – 3:30 pm</li> </ul>	<p>En este caso se presentó cierta dificultad para establecer la cita para la entrevista, sin embargo en el momento de su ejecución por cuestiones laborales de la señora Yolanda Muñoz, fue una actividad que contó con tiempo limitado, para lo cual la señora en mención solicitó el apoyo de la realizadora del Comité Turístico para señalar las respuestas del cuestionario. Esta agencia de viajes se caracterizó por señalar numerosas fortalezas y elementos diferenciadores en cuanto a servicios, posicionamiento, tecnología y trabajo estratégico, además de su amplia experiencia exitosa en alianzas estratégicas. (Anexo 23)</p>

<p><b>Asociación Pumamake</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Mabel Revelo García y Jairo Andrés Aza</li> <li>- Lugar: Cámara de Comercio, oficina Planeación y proyectos</li> <li>- Fecha: 03 de Diciembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 2:30 – 3:30 pm</li> </ul>	<p>Para la entrevista la persona que estuvo en representación de la asociación fue la Señora Mabel Rebelo García. La fecha de la entrevista se debe a varios aplazamientos de las fechas de citación debido a compromisos laborales de la persona anteriormente mencionada, quien destacó por la actividad de la asociación, el enfoque ambiental, de preservación territorial y cultural además una positiva experiencia en alianzas en este caso con actores indígenas lo cual es un factor con aportes y perspectivas únicas con relación a los diferentes actores del Comité Turístico. (Anexo 23)</p>
<p><b>Agencia de Viajes Frontera Tours</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Mery Yolanda Palacios</li> <li>- Lugar: Instalaciones del Instituto de salud</li> <li>- Fecha: 3 de Diciembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 4:00 – 5:00 pm</li> </ul>	<p>Para definir la cita se presentaron situaciones que retrasaron el cumplimiento de este evento en la fecha y hora establecida, por lo cual se extendió el tiempo para la finalización del trabajo iniciado. De manera oportuna se brindó la oportunidad por parte de la propietaria de la agencia de viajes para llevar a cabo la entrevista, en este proceso la señora Mery Yolanda Palacios desarrolló la temática expuesta sin el requerimiento de la Profesional en Turismo Paola Sofía Delgado Muñoz, teniendo en cuenta el grado de ocupación de la persona se finalizó el ejercicio en un tiempo corto con grandes expectativas acerca del diseño y en un futuro escenario la implementación del Comité Turístico. (Anexo 23)</p>
<p><b>Fundación turística de Nariño.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietario: Gladis Rosero</li> <li>- Lugar: Restaurante Buona</li> <li>- Fecha: 5 de Diciembre de 2015</li> <li>- Tiempo de duración: 1 hora 7:30 – 8:30 pm</li> </ul>	<p>Para finalizar la actividad de las entrevistas con todos los actores del Comité Turístico, se presentó retraso para poder obtener un espacio con la Señora Gladis Rosero. En el momento de abordar la entrevista se observó una gran disposición aunque el tamaño del cuestionario generó en un principio predisposición a cerca del proceso y el tiempo requerido, sin embargo para resolver la mayoría de las preguntas si fue necesario un tiempo adicional debido a que la empresa es nueva y a través de la entrevista la representante de la fundación obtuvo un diagnostico propio a acerca de las áreas principales de funcionamiento de la empresa, lo cual arrojó poca experiencia en su en su ejercicio principal, en propuestas o alianzas con relación al turismo o campos afines. (Anexo 23)</p>

□ **Conclusiones.** La realización de las entrevistas fue un proceso que implicó desde su diseño una cuidadosa selección y revisión de la información que actuaría como el contenido en forma de preguntas abiertas y cerradas. Para el momento de su desarrollo con la participación de los actores turísticos integrantes, se evidencio lo siguiente:



- Las entrevistas permitieron un acercamiento en dos sentidos, el primero con relación al conocimiento de la operación y actividad en diferentes campos y a partir de perspectivas para muchos desconocidas en las empresas y formas de asociación presentes en el Comité Turístico , el segundo sentido se adquiere en las estrechas relaciones y vínculos que se generan entre los actores integrantes y la Profesional en Turismo encargada del proceso, quien adquiere una disposición total para escuchar mientras las personas relatan experiencias y expectativas de la industria turística y su labor.
- Esta actividad fue un elemento definitivo que midió el valor de la decisión de ser parte de esta alianza estratégica, según el cual las personas que continuaron hasta finalizar las entrevistas mantienen el compromiso adquirido para completar el presente proyecto.
- La información recolectada es clave para construir cada uno de los objetivos restantes y finalmente plasmar el sentido de funcionamiento del Comité Turístico con la participación de todos los actores intervinientes.

### **2.2.3 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 2 objetivo.**

Conceptualmente este objetivo se refiere a la identificación en el contexto del turismo de aquellas iniciativas, propuestas, programas o actividades que permitan diagnosticar el grado de interés de las empresas vinculadas por ciertas temáticas en la industria, lo cual según la naturaleza de ejercicio de estas mismas arrojará el nivel bajo el cual opera la empresa, es decir la finalidad que persigue, planes a futuro y /o el deseo de superarse como entidad comercial o si es el caso

contrario dicho diagnóstico será un estado sin novedad y con parámetros normales sin rasgos de dinámica en cuanto a acciones de involucramiento con procesos de desarrollo del turismo.

Lo anterior conlleva a relacionar los resultados obtenidos con el potencial compromiso a adquirir en la estructuración del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales, ya que esta alianza requiere de actores con ciertas características tanto individuales como a nivel de asociatividad para obtener un diseño que cumpla con las expectativas para operar en la actividad turística.

Al haber obtenido los actores que conforman el proceso de formulación de funcionamiento del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales y con ello la realización de un acercamiento por medio de las entrevistas efectuadas para iniciar un diagnóstico a nivel empresarial, turístico y en cuanto a asociatividad, donde además de la información recolectada y conocimiento generado se propiciaron espacios para estrechar relaciones con cada uno de los integrantes de esta alianza, con ambientes donde el interés, la disposición, el compromiso y la confianza prevalecieron antes de brindar algún dato, se procede a la organización de los resultados para su posterior análisis, en este caso para obtener la información de estructuración del 2 objetivo que según el anteproyecto es *“Identificar los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales”*.

Para esto se tiene en cuenta el diseño del formato de las entrevistas del Comité Turístico, para lo cual aplica la organización y análisis de la pregunta No. 20 del cuestionario que se formuló específicamente para recolectar datos a cerca de iniciativas, proyectos, capacitaciones,

investigaciones y los diferentes aportes en materia de turismo que los actores hayan realizado o estén en su desarrollo. Se presenta el contenido de la pregunta mencionada:

20. La empresa identificada ha hecho parte o ha liderado iniciativas , o se encuentra en desarrollo de algunos de los siguientes temáticas en el sector turístico:

- a.** Proyectos
- b.** Investigaciones
- c.** Propuestas de Innovación
- d.** Capacitaciones orientados al sector turístico por entes institucionales a nivel regional o nacional
- e.** Alianzas estratégicas
- f.** Ninguno

Mencione el tema de la selección hecha y describa brevemente el objeto o razón de la misma

---

Este objetivo se plantea a causa de la naturaleza turística del Comité para el cual es fundamental identificar la experiencia, aprendizaje y conocimientos acerca de la industria turística ya sea en temas de ejercicio de las empresas representadas o áreas que agreguen valor a los productos y servicios turísticos ofrecidos.

La organización y análisis de la información se desarrolla con base en el siguiente entregable:

Ficha modelo Base de datos de la caracterización de los avances realizados

Ficha del producto: Base de datos de la Caracterización de los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales						
Área: Turismo						
Nombre	Entidad/ Institución/ Empresa	Avance realizado				
		Descripción	Situación		Grado de impacto en el turismo	
			Finalizado	En proceso	Alto	Bajo

Ficha del producto: Base de datos de la caracterización de los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales

**Área: Turismo**

NOMBRE	EMPRESA/ ENTIDAD/INSTITUCION	DESCRIPCION	AVANCE REALIZADO			
			SITUACION		GRADO DE IMPACTO	
			FINALIZADO	EN PROCESO	ALTO	BAJO
Nelly Amaparo Chalapud	Agencia de viajes: Transrecreacionales	Propuesta de Innovación: empresa pionera en constitución legal y obtención del Registro Nacional de Turismo	x		x	
Rocio Obando Rosero	Agencia de viajes: Opensky Viajes y Turismo	Propuestas de Innovación: Diseño del producto Turístico Capacitaciones: Servicio al cliente Capacitaciones: Guianza Turística		x	x	
Carlos Alberto Gaitan Guifo	Agencia de viajes: Viajes Guzmán-pasante	Investigaciones: Plan estratégico de mercado de la empresa Propuestas de Innovación: Diseño del Producto Turístico	x		x	
Miguel Guzmán	Agencia de viajes: Viajes Guzmán	Capacitaciones: con Fontur y Anato Alianzas estratégicas: con agencias mayoristas al interior del país Propuestas de Innovación: Producto y servicios turísticos	x		x	
Yolanda Muñoz Revelo	Agencia de viajes: Avianca	Capacitaciones: a nivel de la empresa Alianzas estratégicas: con operadores turísticos	x		x	
Mery Yolanda Palacios	Agencia de viajes: Frontera Tours	Alianzas estratégicas: con estudiantes de colegios y guías turísticos	x			x
Jackeline Ruales Yali	Hotel: Torres de Oro	Capacitaciones: en la ciudad de Pasto para promover el Turismo en el departamento de Nariño			x	

Erasmó Arturo Pastas Bustos	Seturs	Capacitaciones: Posicionamiento de marca	x	x	
		Alianzas estratégicas: *Desarrollo de propuestas turísticas	x	x	
		*Levantamiento de inventario Turístico	x	x	
		*Construcción del camino anillo vial Andino	x	x	
Yurany Soledad Guancha Erika	Fudetes- fundación para el Desarrollo Social y Sostenible	Proyectos: elaboración proyecto Diseño de Producto Turístico		x	x
		Investigaciones: recolección de información y propuesta de paquetes turísticos	x		x
		Alianzas estratégicas: con el SENA para brindar capacitaciones en sectores turísticos	x		x
Mabel Revelo y Jairo Aza	Asocioación Pumamake	Proyectos: ambientales para la protección del territorio y de riquezas existentes		x	x
		Investigaciones: realización del plan de desarrollo turístico del pueblo indígena de los pastos	x		x
Gladis Rosero	Fundación Turística de Nariño	Propuestas de innovación: desarrollo de una aplicación móvil para destinos turísticos		x	x

La ficha con la información de los respectivos avances en turismo de los actores turísticos arrojó lo siguiente:

De los 12 actores involucrados, todos han hecho parte, o han liderado algún proceso que puede llamarse capacitación, investigación, realización de proyectos o propuestas de innovación y participación en alianzas estratégicas con relación al turismo y sus variantes de estudio. A continuación se desglosa la información:

#### □ **Análisis de los resultados**

##### ➤ Tipos de iniciativas y estado

- **Proyectos:** 2 casos de actores donde sus actividades en los proyectos están proceso de desarrollo.
- **Investigaciones:** 3 casos de actores, 2 de los cuales las han llevado a cabo y un caso está aún en ejecución.
- **Propuestas de innovación:** 5 casos de actores, donde 3 indican no haber finalizado las propuestas y los dos casos restantes confirman una terminación de sus actividades de innovación.
- **Capacitaciones de turismo:** 6 casos de actores donde todos han llevado a término la asistencia y culminación de este campo.

- **Alianzas estratégicas:** 5 casos de actores de los cuales solo uno se caracteriza por estar en ejercicio.

➤ Caracterización de las diferentes iniciativas

- **Proyectos:** los proyectos que han sido trabajados presentan un tema en común denominado Diseño de Producto Turístico.

- **Investigaciones:** se han abordado alrededor del mercadeo local, diseño de paquetes turísticos y desarrollo local.

- **Propuestas de innovación:** los temas que describen estas iniciativas giran en torno a producto turístico, legalización turística, tecnología y propuestas de productos y servicios.

- **Capacitaciones:** los actores han asistido a capacitaciones relacionadas con mercadeo y promoción turística local, departamental y empresarial, algunos con entes públicos.

- **Alianzas estratégicas:** en este caso se han realizado con empresas del mismo sector, o con la participación de agentes externos y algunas entidades públicas para efectuar las diferentes iniciativas mencionadas anteriormente.

□ **Conclusiones.** Finalmente a nivel general la dinámica que cada uno de los actores ha presentado en cuanto a los avances en turismo se representa en la variedad de iniciativas en las



que han participado o liderado, esto actúa como complemento en cuanto a enriquecedoras experiencias, aportes diferenciados y conocimientos adquiridos que inicialmente se destacan por ser propios de cada actor y según el enfoque y aplicación, es decir, todos los integrantes del Comité Turístico muestran un interés por avanzar en cuanto la actividad turística, tienen en cuenta la importancia de estar actualizados en información y así proveer a sus empresas competitividad a sus servicios y / o productos turísticos. Lo anterior permite añadir que el Comité Turístico se caracteriza por contar con actores que les motiva una activa participación en temáticas que signifiquen un constante aprendizaje y valor.

**2.2.4 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 3 objetivo** Titulado: Estructurar la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.

La consecución de cada objetivo desempeña un papel fundamental ya que cada uno aporta información clave para el desarrollo conceptual y de contenido para los propuestos. Al obtener conocimiento en el área de turismo a cerca de los involucrados en el diseño del Comité Turístico se procede a valorar por medio de una estructuración el ejercicio de los actores en cuanto a las empresas que lideran, esto es el desarrollo del tercer objetivo donde la demanda y oferta de servicios es el tema guía para organizar la información de las entrevistas, para lo cual se basó en las siguientes preguntas formuladas para recolectar la información pertinente de este caso:

Descripción de las preguntas No 1 – 19

1. Seleccione entre las opciones indicadas la principal actividad, objeto o razón de ser de su empresa turística.

- a. Hotelería y hospedaje
- b. Agencia de viajes
- c. Recreación
- d. Gastronomía
- e. Guianza Turística
- f. Investigación turística
- g. Transporte
- h. Otra ¿Cuál?\_\_\_\_\_

2. ¿Su empresa cuenta con un posicionamiento de marca dentro del sector turístico en la ciudad?  
a. Si      b. No

3. ¿Cuenta con un canal de distribución de sus servicios turísticos? a. Si   b. No

4. Seleccione las instalaciones y equipos de su empresa los cuales permiten diferenciar su servicios/productos turísticos:

- a. Spa
- b. Gimnasio
- c. Infraestructura
- d. Piscina
- e. Tecnología
- f. Equipos de sistemas de información
- g. Otro
- ¿Cuál?\_\_\_\_\_

5. El personal operativo de su empresa se caracteriza por tener capacitaciones, tales como:

- a. Gestión empresarial y de personal
- b. Implementación de modelos de calidad en Turismo
- c. Comercialización de servicios turísticos

**6.** Respecto a la ubicación de su empresa, ¿Considera que éste es estratégico de acuerdo a los objetivos de la empresa y necesidades del turista? **A. Si b. No**

**7.** En el sector de operación de la empresa ¿hay o diferencia otras empresas de servicios/productos similares? **a. Si b. No**

**8.** El lugar de ubicación de su empresa, ¿se caracteriza por ser un recurso o atractivo natural, histórico o comercial? **a. Si b. No**

**9.** El lugar de operación cuenta con equipamiento y servicios como: Indique la respuesta cercana

- a.** Energía
- b.** Agua Potable
- c.** Sistema de desagües
- d.** Telecomunicaciones
- e.** Servicio internet

**10.** ¿La empresa cuenta con vías de acceso? **a. Si b. No**

**11.** Los medios de transporte que dispone el turista para acceder de manera más fácil a la empresa son:, seleccione la opción :

- a.** Bus intermunicipal
- b.** Taxi
- c.** Transporte particular

**12.** Con relación a la prestación de sus servicios turísticos, el segmento de mercado que presenta mayor afluencia se identifica como:

- a.** Grupos familiares
- b.** Grupos de avanzada edad
- c.** Parejas
- d.** Ejecutivos

**e.** Grupos de amigos

**f.** Otro,

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**13.** Las temporadas de mayor afluencia turística identificadas con relación a la ejecución o prestación de sus servicios turísticos, se presenta entre los meses:

**a.** Junio- Julio- Agosto

**b.** Septiembre- Octubre- Noviembre

**c.** Diciembre- Enero- Febrero

**d.** Marzo – Abril- Mayo

**14.** Las temporadas de menor afluencia turística identificadas con relación a la ejecución o prestación de sus servicios turísticos, se presenta entre los meses:

**e.** Junio- Julio- Agosto

**f.** Septiembre- Octubre- Noviembre

**g.** Diciembre- Enero- Febrero

**h.** Marzo – Abril- Mayo

**15.** ¿Qué clase de conocimiento necesita la empresa para alcanzar sus objetivos estratégicos a largo plazo? Seleccione la respuesta acorde:

**a.** Trabajo en equipo

**b.** Finanzas

**c.** Planeación estratégica

**d.** Desarrollo de producto turístico

**e.** Otro

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**16.** Cuáles de las siguientes opciones son las capacidades (fortalezas) que le brinda una ventaja sobre sus competidores:

**a.** Infraestructura y equipamiento

**b.** Operación y prestación de servicios

- c.** Portafolio de servicios
- d.** Costos y paquetes promocionales
- e.** Tecnología
- f.** Posicionamiento
- g.** Experiencia y conocimiento en la industria turística
- h.** Flexibilidad
- i.** Otro

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**17.** Las oportunidades para su empresa en el campo global se describen a continuación, ¿Cuál es la más concerniente para su actividad?

- a.** Mejora en la promoción turística
- b.** Desarrollo de nuevas tecnologías
- c.** Nuevos nichos de mercado

**18.** Cuáles son las capacidades que faltan por desarrollar, implementar o carece en la actividad turística de su empresa ( debilidades)

- a.** Infraestructura y equipamiento
- b.** Operación y prestación de servicios
- c.** Portafolio de servicios
- d.** Pérdida del poder de negociación
- e.** Grado de tecnificación
- f.** Dimensión limitada
- g.** Problemática en la gestión de las empresas turísticas
- h.** Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**19.** Las principales amenazas para su empresa en el campo global se describen a continuación, ¿Cuál es la opción que representa un gran impacto negativo para su empresa?

- a.** Disminución de los ingresos
- b.** Disminución de la actividad turística

- c. Fusión de grandes empresas
- d. Aumento de número de competidores
- e. Otros riesgos: enfermedades, medio ambiente, terrorismo, modas

Con las respuestas de las anteriores preguntas se realizó un diagnóstico a nivel de la oferta y demanda de cada una de las empresas, para ello fue necesario recolectar, organizar, analizar y estructurar los resultados en un modelo de tabla que sintetizara la información. Cabe mencionar que se introdujo un análisis a nivel empresarial previo a la descripción de la oferta y la demanda debido a que resultaba indispensable conocer todo el mecanismo de acción por medio de un análisis DOFA de cada empresa, el cual se interrelacionara y operara para obtener el producto y / servicio turístico, es decir, se presentaba el cuerpo de la empresa a nivel de recursos físicos, tecnológicos y humanos que a través de su funcionamiento la oferta y la demanda participaran como resultado del objeto empresarial (Ver Ficha ‘Modelo Estructuración de la demanda y oferta de servicios turísticos’).

Ficha Modelo Estructuración de la demanda y oferta de servicios turísticos

<b>Ficha: Base de datos de la Estructuración de la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales</b>				
<b>Área:</b>				
<b>Institución</b>	<b>Servicios o productos turísticos</b>			
	<b>Oferta</b>			<b>Demanda</b>
	<b>Descripción</b>	<b>Mercado objetivo</b>	<b>Productos sustitutos</b>	<b>Descripción</b>

El anterior es un modelo guía de la forma en la que se organizará la información, sin embargo frente a la cantidad de datos se han realizado unas modificaciones en algunos campos de la tabla con el fin de brindar en detalle los resultado.

Ficha: Base de datos de la Estructuración de la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores (Agencias de Viajes) del turismo de la Ciudad de Ipiales.

NOMBRE	EMPRESA/ ENTIDAD/ INSTITUCION	SERVICIOS O PRODUCTOS TURISTICOS		
		EMPRESA DESCRIPCION	OFERTA DESCRIPCION	DEMANDA DESCRIPCION
Nelly Amparo Chalapud	Agencia de viajes: Transrecreacion ales	<p>*Posicionamiento: si</p> <p>Instalaciones y equipos: cuenta con servicios públicos domiciliarios y cuenta con los siguientes elementos como factores diferenciadores en la empresa: infraestructura, tecnología y equipos de sistemas de información.</p> <p>Fortalezas/ ventajas: operación y prestación de servicios</p> <p>Conocimientos del personal operativo: derecho y comercialización de servicios turísticos</p> <p>*Ubicación: ubicación estratégica en reconocido sector comercial sin presencia de empresas con servicios similares</p> <p>*Accesibilidad: se cuenta con vías de acceso y medios de transporte tales como: bus intermunicipal, taxi y transporte particular</p> <p>D</p> <p>Conocimiento estratégico: servicio al cliente</p> <p>Capacidades/ debilidades : transporte turístico propio</p> <p>A</p> <p>Amenazas: enfermedades, medio ambiente, terrorismo y modas.</p> <p>O</p> <p>Oportunidades: nuevos nichos de mercado</p>	<p>Servicio/ producto: paquetes turísticos</p> <p>Canal de distribución: si</p> <p>Productos sustitutos: paquetes turísticos de las 4 agencias de viajes</p> <p>Productos complementarios: servicio de transporte turístico- hospedaje- investigación turística</p> <p>*Posicionamiento: si</p>	<p>Segmento de mercado: 12</p> <p>Segmento: Grupos familiares</p> <p>Tiempo de afluencia: Mayor: mes de Diciembre y enero</p> <p>Menor: mes de febrero</p>



SERVICIOS O PRODUCTOS TURISTICOS

NOMBRE	EMPRESA/ENTIDAD/ INSTITUCION	EMPRESA	OFERTA	DEMANDA
		DESCRIPCION	DESCRIPCION	DESCRIPCION
Miguel Guzmán	Agencia de viajes: Viajes Guzmán	<p>F</p> <p>*Posicionamiento: si</p> <p>Instalaciones y equipos: cuenta con servicios públicos domiciliarios y cuenta con los siguientes elementos diferenciadores en la empresa: infraestructura y equipos de sistemas de información.</p> <p>Fortalezas/ ventajas: Operación y prestación de servicios -Portafolio de servicios - Posicionamiento Conocimientos del personal operativo: comercialización de servicios turísticos</p> <p>*Ubicación: ubicación estratégica en reconocido sector comercial con operación de otras agencias de viajes.</p> <p>*Accesibilidad: se cuenta con vías de acceso y medios de transporte tales como: bus intermunicipal, taxi y transporte particular</p> <p>D</p> <p>Conocimiento estratégico: trabajo en equipo- planeación estratégica- desarrollo de producto turístico</p> <p>Capacidades/ debilidades: pérdida del poder de negociación- grado de tecnificación- problemática en la gestión de las empresas turísticas.</p> <p>A</p> <p>Amenazas: fusión de grandes empresas</p> <p>O</p> <p>Oportunidades: mejora en la promoción turística-nuevos nichos de mercado.</p>	<p>Servicio/ producto: paquetes turísticos</p> <p>Canal de distribución: si</p> <p>Productos sustitutos: paquetes turísticos de las 4 agencias de viajes</p> <p>Productos complementarios: servicio de transporte turístico- hospedaje- investigación turística</p> <p>*Posicionamiento: si</p>	<p>Segmento de mercado: 12</p> <p>Segmento: parejas- ejecutivos- grupos de amigos</p> <p>Tiempo de afluencia:</p> <p>Mayor: mes de Diciembre - enero y marzo- abril - mayo.</p> <p>Menor: mes de junio, julio y agosto- septiembre, octubre y noviembre</p>

**SERVICIOS O PRODUCTOS TURISTICOS**

NOMBRE	EMPRESA/ENTIDAD / INSTITUCION	EMPRESA	OFERTA	DEMANDA
		DESCRIPCION	DESCRIPCION	DESCRIPCION
Carlos Alberto Gaitán Guifo- pasante	Agencia de viajes: Viajes Guzmán	<p align="center"><b>F</b></p> <p>*Posicionamiento: si</p> <p>Instalaciones y equipos: cuenta con servicios públicos domiciliarios y cuenta con los siguientes elementos como factores diferenciadores en la empresa: equipos de sistemas de información.</p> <p>Fortalezas/ ventajas: Posicionamiento</p> <p>Conocimientos del personal operativo: gestión empresarial y de personal-comercialización de servicios turísticos</p> <p>*Ubicación: ubicación estratégica en reconocido sector comercial con operación de otra agencias de viajes.</p> <p>*Accesibilidad: se cuenta con vías de acceso y medios de transporte tales como: bus intermunicipal, taxi y transporte particular</p>	<p>Servicio/ producto: paquetes turísticos</p> <p>Canal de distribución: si</p> <p>Productos sustitutos: paquetes turísticos de las 4 agencias de viajes</p> <p>Productos complementarios: servicio de transporte turístico- hospedaje- investigación turística</p> <p>*Posicionamiento: si</p>	<p>Segmento de merc</p> <p>Segmento: ejecutivos - empresas</p> <p>Tiempo de afluencia: Mayor: mes de junio, julio y agosto- diciembre, enero y febrero</p> <p>Menor: mes de marzo, abril y mayo</p>
		<p align="center"><b>D</b></p> <p>Conocimiento estratégico: mercadeo estratégico- promoción y publicidad</p> <p>Capacidades/ debilidades : innovación de producto y mercadeo</p>		
		<p align="center"><b>A</b></p> <p>Amenazas: aumento de número de competidores y mercadeo virtual</p>		
		<p align="center"><b>O</b></p> <p>Oportunidades: mejora en la promoción turística.</p>		

NOMBRE	EMPRESA/ ENTIDAD/ INSTITUCIO N	SERVICIOS O PRODUCTOS TURISTICOS		
		EMPRESA DESCRIPCION	OFERTA DESCRIPCION	DEMANDA DESCRIPCION
Yolanda Muñoz revelo	Agencia de viajes: Avianca	<p>*Posicionamiento: si</p> <p>Instalaciones y equipos: cuenta con servicios públicos domiciliarios y cuenta con los siguientes elementos como factores diferenciadores en la empresa: infraestructura- tecnología- equipos de sistemas de información.</p> <p>Fortalezas/ ventajas: Portafolio de servicios-tecnología- Posicionamiento- Experiencia y conocimiento en la industria turística. Conocimientos del personal operativo: gestión empresarial y de personal- implementación de modelos de calidad en turismo- comercialización de servicios turísticos- geografía nacional e internacional- manejo de sistemas. *Ubicación: ubicación estratégica en reconocido sector comercial con operación de otra agencias de viajes. *Accesibilidad: se cuenta con vías de acceso y medios de transporte tales como: bus intermunicipal, taxi y transporte particular</p>	<p>Servicio/ producto: paquetes turísticos</p> <p>Canal de distribución: si</p> <p>Productos sustitutos: paquetes turísticos de las 4 agencias de viajes</p> <p>Productos complementarios: servicio de transporte turístico- hospedaje- investigación turística</p> <p>*Posicionamiento: si</p>	<p>Segmento de mercado: 12</p> <p>Segmento: escalado-grupos familiares- grupos de avanzada edad, parejas- ejecutivos- grupos de amigos</p> <p>Tiempo de afluencia:</p> <p>Mayor: mes de - septiembre, octubre, noviembre- diciembre, enero, febrero- marzo, abril y mayo</p> <p>Menor: junio, julio y agosto</p>
		D		
		Conocimiento estratégico: finanzas		
		Capacidades/ debilidades: pérdida del poder de negociación		
		A		
		Amenazas: enfermedades, medio ambiente, terrorismo, modas.		
		O		
		Oportunidades: mejora en la promoción turística- nuevos nichos de mercado		

**Ficha: Base de datos de la Estructuración de la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la ciudad de Ipiales.**

NOMBRE	EMPRESA/ENTIDAD/ INSTITUCION	SERVICIOS O PRODUCTOS TURISTICOS		
		EMPRESA DESCRIPCION	OFERTA DESCRIPCION	DEMANDA DESCRIPCION
Jackeline Ruales	Hotel: Colonial.	<p align="center">F</p> <p>*Posicionamiento: si Instalaciones y equipos : cuenta con servicios públicos domiciliarios y cuenta con los siguientes elementos como factores diferenciadores en la empresa: spa- infraestructura- tecnología</p> <p>Fortalezas/ ventajas: Infraestructura y equipamiento- Operación y prestación de servicios-Costos y paquetes promocionales- Flexibilidad</p> <p>Conocimientos del personal operativo: gestión empresarial y de personal.</p> <p>*Ubicación: ubicación estratégica en reconocido sector comercial con operación de otros hoteles</p> <p>*Accesibilidad: se cuenta con vías de acceso y medios de transporte tales como: taxi y transporte particular</p>	<p>Servicio/ producto: hospedaje</p> <p>Canal de distribución: si</p> <p>Productos sustitutos: no</p> <p>Productos complementarios: servicios de transporte turístico -venta de paquetes turísticos- investigación.</p> <p>*Posicionamiento: si</p>	<p>Segmento de mercado: 12</p> <p>Segmento: grupos familiares- grupos de avanzada edad</p> <p>Tiempo de afluencia: Mayor: mes de septiembre, octubre, noviembre- diciembre, enero. Menor: marzo, abril y mayo.</p>
		<p align="center">D</p> <p>Conocimiento estratégico: desarrollo de producto turístico.</p> <p>Capacidades/ debilidades: grado de tecnificación</p>		
		<p align="center">A</p> <p>Amenazas: disminución de la actividad turística- enfermedades, medio ambiente, terrorismo, modas.</p>		
		<p align="center">O</p> <p>Oportunidades: mejora en la promoción turística</p>		

Según las áreas en las que se agrupan las empresas turísticas del Comité Turístico: Agencias de viajes, hoteles, asociaciones y sector transporte se aplicaron los modelos de tablas con la información anteriormente mostrada, es decir, se obtuvo un total de 11 tablas correspondientes al número de entrevistas ejecutadas.

□ **Análisis de los resultados.** Los análisis de resultados se realizaron desde cuatro sectores, como sigue:

**1 Análisis por Agencias de viajes.** Se hizo un diagnóstico a nivel empresarial aplicándose una matriz DOFA (Cuadro 6. Análisis resultados Sector Agencias de Viajes) y según la oferta y demanda de las agencias.

Cuadro 6. Análisis resultados Sector Agencias de Viajes

Sector Agencia de viajes	Diagnostico a nivel empresarial DOFA
<p style="text-align: center;"><b>OpenSky Viajes y Turismo</b></p>	<p>A nivel empresarial, en lo que se refiere a equipamiento y estructura cuenta con los servicios básicos de funcionamiento actuando como ventaja su ubicación en un sector comercial, central y de tránsito constante de vehículos y gran número de personas debido a su accesibilidad. En cuanto a la operación esta se ve fortalecida principalmente por las personas que ejercen en la empresa, en cuanto a la atención y el carisma que brindan a los visitantes, destacando sus conocimientos en comercialización de servicios turísticos consolidando la operación y prestación de servicios respaldado por el conocimiento y experiencia en la industria turística.</p> <p>Los factores que a nivel interno empresarial destacan debilidad es la necesidad de conocimientos para su posterior desarrollo en los temas de trabajo en equipo, finanzas, planeación estratégica y desarrollo de producto turístico además de presentar falencias por no contar con la infraestructura y equipamiento requerido en el ejercicio de una agencia de viajes. Teniendo en cuenta los factores externos y el constante crecimiento de la actividad turística en los ámbitos sociales y económicos principalmente, para la empresa se presenta una mejora en la promoción turística como resultado del favorecimiento en las condiciones que depara el medio.</p> <p>Sin embargo hay situaciones que sin poder tener algún control sobre sus efectos, caracterizan verdaderas amenazas si llegaran a suceder, como son la fusión de grandes empresas que trae consigo la monopolización del sector y la desventaja de competencia ante la presencia de un solo representante con apoyo de las empresas locales además de tener consecuencias en cuanto a costos de operación, ganancias y clientes, entre otras. El aumento del número de competidores es una condición que alerta desde el ámbito externo y desde una economía de libre mercado, esto obliga a la empresa a tomar la oportunidad identificada y sin esperar a que las amenazas se conviertan en hechos respaldarse en las fortalezas de operación y ubicación para solucionar las necesidades en conocimientos estratégicos lo cual permita tomar decisiones inteligentes para contar con un equipamiento y una infraestructura adecuada de tal forma crear una sólida ventaja que minimice los efectos del medio y garantice una permanencia de sus servicios.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Trans - recreacionles</b></p>	<p>La agencia cuenta con una infraestructura caracterizada por una ubicación estratégica y de fácil acceso , tecnología y equipos de sistemas de información para diferenciar un completo funcionamiento y de esta manera tener ventajas en la operación y prestación de sus servicios, teniendo en cuenta los conocimiento en derecho y comercialización de servicios turísticos de las personas que participan en el ejercicio de la empresa, lo anterior estructura lo más destacado de la agencia como su fortaleza lo cual permite identificar y aprovechar las oportunidades que la sociedad, economía, cambios de cultura y demás presentan, en este caso nuevos nichos de mercado que significa expansión empresarial y posicionamiento, opciones de ingresos adicionales, penetración en mercados no explotados y ampliación de la demanda presentada.</p> <p>Es importante entonces brindar atención en los temas que aún hay falencias como es conocimientos en el área de servicio al cliente, indispensable al tratar de experiencias y servicios como primer impacto e imagen del producto obtenido y el hecho de no contar con transporte turístico propio o en la localidad, ya que la agencia incurre en gastos extras al contratar este medio con el país ecuatoriano. De tal forma es posible contrarrestar de alguna forma las principales amenazas que ponen en riesgo el funcionamiento de la empresa como son: enfermedades, medio ambiente, terrorismo y modas.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Viajes Guzmán</b></p>	<p>La empresa presenta ventajas en capacidades que actúan como respaldo en la operación y prestación de servicios y la construcción de un variado portafolio de servicios al contar con una completa infraestructura para ejercer actividad acompañado de un distinguido equipo de sistemas de información lo cual ha favorecido un reconocimiento dentro del sector al tener un posicionamiento en el mercado, además cuenta con elementos que apoyan dicha diferenciación al estar en un lugar estratégico y central con accesibilidad para el turista.</p> <p>Es importante que la empresa realice una revisión para acatar acciones que solucionen total o de manera paulatina las deficiencias en el personal de trabajo en conocimientos a través de capacitaciones y talleres prácticos de trabajo en equipo, planeación estratégica, desarrollo de producto turístico y mercadeo con énfasis en la innovación, de igual manera atender los requerimientos de la empresa en cuanto a mejoras en tecnificación, identificación de los principales factores que influyen en la pérdida del poder de negociación y en la problemática en la gestión de las empresas turísticas para la elaboración de planes de gestión con respuestas que minimicen los efectos causados.</p> <p>En este sentido se favorece la mejora en la promoción turística y la penetración para el desarrollo en nuevos nichos de mercado como elementos de oportunidades para la empresa y que al contar con las ventajas de operación y soluciones para las áreas mencionadas, en el caso de una fusión de grandes empresas como amenaza, la agencia estaría en condiciones de continuar ejercicio sin enfrentar crisis de cierre de operaciones, pérdida de clientes, disminución de ingresos o competencia significativa.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Avianca</b></p>	<p>La empresa tiene un amplio portafolio de servicios, se respalda por su posicionamiento debido a la experiencia en la industria turística reflejado en los completos conocimientos por parte del personal operativo en gestión empresarial y de personal, implementación de modelos de calidad en turismo, comercialización de servicios turísticos, geografía nacional e internacional y manejo de sistemas. Contando con una operación tecnificada en lo que se refiere a infraestructura y equipos de sistemas de información, todo lo anterior el cliente puede obtenerlo fácilmente gracias a una ubicación central y estratégica. e requiere un fortalecimiento en el área de finanzas debido a la pérdida en el poder de negociación identificada.</p> <p>La integración de las fortalezas intrínsecas y que faltan por implementar representan la opción para una mejora en la promoción turística por medio de nuevos nichos de mercado, en este sentido las amenazas identificadas como enfermedades, terrorismo, medio ambiente y modas se visualizan con alternativas que eviten grandes efectos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Frontera Tours</b></p>	<p>Al destacar tecnología en sus instalaciones como es el equipo de sistemas de información, implementado por personas con conocimientos en gestión empresarial y de personal fortalecen la construcción de ventajas sobre el portafolio de servicios, costos y paquetes promocionales y que se encuentra estratégicamente ubicado para el cliente en un sector reconocido en el área comercial y con accesibilidad de transporte.</p> <p>El desarrollo de nuevas tecnologías se presenta como oportunidad de crecimiento y posicionamiento en la actividad turística, teniendo en cuenta que es necesario reforzar las falencias en conocimientos de planeación estratégica y desarrollo de producto turístico lo cual permita atender las limitaciones que representa la operación bajo una dimensión limitada, y en el caso de una posible disminución de la actividad turística la empresa cuente con los planes de gestión del riesgo para afrontar sin grandes impactos negativos estos efectos.</p>

En lo que se refiere a la oferta, las agencias de viajes brindan un servicio al orientar a los turistas sobre la compra de paquetes turísticos lo que comprende transporte terrestre o aéreo, hospedaje, alimentación y atractivos complementarios según el destino, para ello se tiene en cuenta sus preferencias, condiciones de tiempo y el poder adquisitivo. Este servicio cuenta con un reconocimiento local para cada agencia, es decir, cada una ha logrado posicionar su marca y servicio localmente permitiendo una identidad como empresa y diferenciación en el mercado. La operación de las agencias de viajes, según los resultados de las entrevistas, marcan de forma general el uso de un canal de distribución: *“Es la ruta por la que circulan los productos desde su creación en el origen hasta su consumo o uso en el destino final. Está formado por el conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto hasta llegar a manos del consumidor”* (Escribano, p.160), que algunas veces se apoya entre las mismas agencias como proveedoras de ciertos elementos que incluyen los paquetes turísticos.

De tal forma es fácil distinguir la presencia de productos sustitutos, en este caso de servicios ya que en el análisis según el número de las agencias que conforman el Comité Turístico, predomina este sector y el factor común es la oferta esencial como empresas en su razón social, lo anterior indica que los clientes tienen variedad de opciones para escoger y sustituir servicios en caso de no obtener lo que desean, existe además la posibilidad de ampliar la oferta como agencias de viajes al contar con productos y servicios complementarios, los cuales según las empresas que integran el Comité Turístico como son las asociaciones y fundaciones tienen una oferta diferente con opciones de destinos locales en el marco del etno - turismo y turismo comunitario y cultural representado en nuevos atractivos para los turistas, entonces las agencias de viajes tienen la



oportunidad de integrar sus servicios para complementar la oferta de tal forma asegurar variedad y capacidad de enfrentar situaciones según la segmentación de los clientes, gustos y elecciones.

La demanda se caracteriza a partir de la descripción de las personas a quienes va dirigida la oferta de los servicios turísticos por parte de las agencias de viajes, son los clientes que adquieren los paquetes turísticos y definen un comportamiento en la industria según sus preferencias de compra y tipología a nivel individual o grupal, a continuación se detalla la información según cada empresa (Cuadro 7. Oferta y demanda de las agencias).

Cuadro 7. Oferta y Demanda de las Agencias

Agencias	Oferta y demanda
<p><b>OpenSky Viajes y Turismo</b></p>	<p>Los grupos familiares son el segmento de mercado que con mayor frecuencia adquieren los servicios de esta empresa, lo cual indica buscan destinos que permitan disfrutar y compartir en familia con áreas de esparcimiento y recreación , lo cual según el número de integrantes promedio se cuenta con un rango económico limitado y al ser el mes de diciembre la época de mayor afluencia de clientes es posible identificar que las familias aprovechan la época de vacaciones para contar con el suficiente respaldo en tiempo y economía en la realización de los viajes turísticos. Sin embargo para los meses de marzo y abril hay una poca frecuencia en la actividad de la agencia de viajes lo cual al tener en cuenta la demanda caracterizada se puede afirmar estas épocas no propician la reunión de las familias y entonces tiempo y dinero actúen como elementos determinantes para la elección de paquetes turísticos.</p>
<p><b>Trans - recreacionales</b></p>	<p>La demanda de esta empresa la representan los grupos familiares como el tipo de clientes que más adquieren servicios en los meses de diciembre y enero y con ausencia marcada para el mes de febrero, lo cual es una consecuencia debido a los altos índices económicos y disposición de tiempo para la época de vacaciones decembrina, siendo febrero el mes de recuperación de dicha dinámica además de significar termino de época de descanso y el inicio de la actividad laboral y estudiantil. Lo anterior indica que el nivel económico de los grupos familiares está definido según los meses anteriormente mencionados, siendo el mes de diciembre la opción de brindar amplias opciones de paquetes turísticos para asegurar altos ingresos para la empresa debido a la disposición de capital dirigido a la recreación y turismo por parte de los clientes, y de esta manera genere un respaldo de economía para el mes de febrero debido a su baja frecuencia de actividad</p>

<p style="text-align: center;"><b>Viajes Guzmán</b></p>	<p>Según las 2 entrevistas de las personas que representan la empresa en calidad del propietario y como pasante profesional, se reúnen los datos para la demanda que responde a la oferta de los servicios de esta agencia de tal modo se describe que el segmento del mercado que visita y adquiere con mayor frecuencia los paquetes turísticos son los grupos conformados por ejecutivos y sector empresarial, grupos de amigos y parejas. El comportamiento se refleja al marcar los meses de diciembre, enero y febrero como la época en la que estos grupos realizan un mayor número de compras por lo tanto la empresa obtiene altos ingresos, lo anterior indica que las personas en este caso grupos de amigos y parejas han organizado sus actividades de vida en cuanto a tiempo libre, dinero y elección de descanso ya sea por disposiciones laborales o actividades independientes estos meses para pagar y gozar de descanso y tiempo merecido de recreación, con preferencia de destinos de diversión y deportes para los grupos de amigos, y destinos románticos y de características especiales para las parejas, en cuanto a los grupos ejecutivos se definen elecciones de estancia corta y por motivos de negocios con destinos centrales que reúnan las condiciones comerciales para efectuar las transacciones requeridas, y lo que se refiere a los grupos empresariales además de pertenecer a la anterior descripción caracterizan preferencias de destinos de esparcimiento de bajo costo para los empleados en cumplimiento de obligaciones de salud ocupacional.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Avianca</b></p>	<p>El comportamiento de la demanda para esta empresa es amplia ya que los clientes que eligen estos servicios abarca todos los grupos que presenta la entrevista, como son grupos familiares, grupos de avanzada edad, grupos de amigos, parejas y ejecutivos, esto se traduce en una completa oferta de servicios turísticos capaz de satisfacer las necesidades y cumplir según las condiciones de cada grupo, las expectativas de adquisición de los paquetes turísticos, lo cual establece que hay afluencia de clientes a lo largo del año con un comportamiento escalonado que evita épocas con marcadas ausencias de visitas, sin embargo durante tres trimestres en el año: 1) septiembre, octubre y noviembre 2) diciembre, enero y febrero 3) marzo, abril y mayo, se describen como temporadas de alta actividad en la empresa lo cual el primer trimestre sin motivos especiales empieza la percepción de la alta afluencia, el segundo trimestre generado por turistas que según el calendario escolar A, tienen opciones de descanso y vacaciones en los países de Colombia y Ecuador, y el tercer semestre por época religiosa, como es la Semana Santa tiene índices aun de mayor movimiento en generación de ingresos y ventas de paquetes turísticos en la agencia de viajes.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Frontera Tours</b></p>	<p>La caracterización de la demanda se define por los grupos familiares y parejas como principales receptores de los servicios turísticos, quienes tienen preferencias de viajes ya sea por elección o permisos laborales en los siguientes trimestres del año: 1) meses de junio, julio y agosto 2) septiembre, octubre y diciembre 3) enero, febrero y marzo, son 9 meses de concurrida afluencia que inician en la época de mitad de año y verano como indica el primer trimestre seguido del segundo trimestre a vísperas de navidad y el tercer trimestre época decembrina, de vacaciones de fin de año y fiestas de inicio de año. Los tres meses restantes: marzo, abril y mayo según los resultados de la entrevista son los que menor actividad registran para la empresa, hay receso y menores índices de ingresos.</p>

**2. Análisis por sector: hoteles.** Se hizo un diagnóstico a nivel individual aplicándose una matriz DOFA y según la oferta y demanda de los hoteles (Cuadro 8. Análisis resultados Sector Hoteles)

Cuadro 8. Análisis resultados Sector Hoteles

Hotel Colonial Análisis DOFA	Oferta y Demanda
<p>Dentro de las instalaciones y equipos la empresa destaca el servicio de spa mediante alianzas con centros de salud y belleza, soporte en infraestructura y tecnología al gozar además de una ubicación centrada de fácil acceso y estratégicamente posicionada lo cual fortalece la operación y prestación de servicios mediante atractivos costos y paquetes promocionales sustentado en los conocimientos de las personas que laboran en la empresa en gestión empresarial y de personal lo que representa una flexibilidad de movimiento para el hotel.</p> <p>Sin embargo la empresa se ve en la necesidad de obtener un mayor grado de tecnificación para responder ante el crecimiento y dinámica de la actividad turística y de igual modo responder con los conocimientos adecuados en desarrollo de producto turístico.</p> <p>Una mejora en la promoción turística es una oportunidad que ante las condiciones presentes del hotel y con los comportamientos del medio externo se puede sacar provecho, y si se pone en práctica la atención de las áreas que están sugiriendo respuesta, las amenazas caracterizadas para el hotel como disminución de la actividad turística, factores como: terrorismo, medio ambiente, enfermedades y modas contarán con un respaldo de menor impacto de secuelas sobre la operación de la empresa.</p>	<p><b>Oferta</b></p> <p>El principal servicio que las personas buscan en un hotel es el hospedaje con características especiales o generales dependiendo la categorización del mismo. La operación del servicio se lleva a cabo a través de un canal de distribución tradicional contando con un posicionamiento dentro del sector, cabe mencionar que no hay presencia de productos sustitutos para el marco que denota los integrantes del Comité Turístico debido a que es el único hotel en esta asociación, sin embargo el hotel puede brindar a través de alianzas estratégicas un amplio servicio además del hospedaje, en lo que se refiere a transporte, paquetes turísticos e información y diversidad de atractivos por medio de las asociaciones, lo anterior confirma que el hotel cuenta con productos y servicios complementarios, un gran apoyo para la oferta.</p> <p><b>Demanda</b></p> <p>La demanda está caracterizada por conformarla grupos familiares y de avanzada edad con frecuencia de compra del servicio que marcan altas temporadas los meses de septiembre, octubre, noviembre, diciembre y enero, ante los bajos índices de afluencia en los meses de marzo, abril y mayo. Lo anterior significa que los grupos de clientes prefieren hospedajes para descanso por motivos de vacaciones y fiestas donde puedan adecuar más de un miembro con instalaciones que no perturben la tranquilidad y de fácil acceso para el caso de los grupos de avanzada edad, con las condiciones básicas de una habitación, lo cual establece patrones económicos promedios según la segmentación indicada.</p>

**3 Análisis Sector: Transporte.** Se hizo un diagnóstico a nivel individual aplicándose una matriz DOFA y según la oferta y demanda de transporte (Cuadro 9. Análisis resultados Sector Hoteles).

Cuadro 9. Análisis resultados Sector Hoteles

Seturs	Oferta y Demanda
<p>Esta empresa se fortalece por medio de su infraestructura al ubicarse en un lugar estratégico, reconocido comercialmente, también cuenta con un equipamiento específicamente con equipos de sistemas de información y conocimientos del personal añadiendo la experiencia y manejo de información turística que significan ventajas en la operación y prestación de servicios brindando flexibilidad operativa.</p> <p>Con dichas fortalezas se identifican oportunidades en el mercado según el marco de la industria turística que significan crecimiento y beneficios para el proceso de gestión de la empresa, en este sentido una mejora en la promoción turística es un factor que se presenta desde el medio para un bienestar de operación; al integrar las áreas de apoyo de la empresa presentes y futuras se obtiene una base que consolida esfuerzos capaces de enfrentar situaciones que representen amenaza tales como el aumento de número de competidores especialmente los informales</p>	<p><b>Oferta</b></p> <p>El servicio de transporte de pasajeros es el oficio que distingue la empresa, sin embargo aún no cuenta con un canal de distribución definido, y sin presencia de productos sustitutos dentro del marco del Comité Turístico, es posible identificar servicios que apoyan una diversa oferta a través de los productos complementarios constituidos por parte de los sectores agencias de viajes y los paquetes turísticos, sector hoteles y el servicio de hospedaje y por último el sector de las asociaciones y fundaciones que aportan conocimientos diferenciados y propuestas turísticas diferentes.</p> <p><b>Demanda</b></p> <p>Está constituida por el segmento de los grupos familiares y de amigos que en los meses de diciembre y enero representan una alta actividad y dinámica para la empresa, por el contrario el mes abril significa una disminución notable de este comportamiento, es decir, la empresa de transporte principalmente es adquirida por grupos que buscan compartir, viajes de esparcimiento y con flexibilidad para percibir y conocer durante el recorrido.</p> <p>La empresa presenta falencias debido a su dimensión limitada, carencia de conocimiento en desarrollo de producto turístico y problemática en la gestión de empresas turísticas lo que repercute en un escaso posicionamiento empresarial.</p>

**4. Análisis sector: asociaciones y fundaciones.** Se hizo un diagnóstico a nivel individual aplicándose una matriz DOFA y según la oferta y demanda del servicio (Cuadro 10. Análisis resultados Sector asociaciones y fundaciones).

Cuadro 10. Análisis resultados Sector Asociaciones y Fundaciones

Asociación	Análisis DOFA	Oferta y demanda del servicio
<p><b>Pumamake</b></p>	<p>La asociación debido a su naturaleza de ejercicio no dispone de una infraestructura y equipamiento completo sin embargo tiene una ubicación central, con acceso privilegiado y reconocimiento local; se caracteriza a nivel interno por el talento humano con conocimientos en gestión empresarial y de personal como su principal fortaleza, aunque requiere refuerzos a nivel de formación en el área de finanzas. Identifica grandes oportunidades con el desarrollo de nuevas tecnologías, para las comunicaciones y establecimiento de relaciones estratégicas, promoción turística y operación de la misma.</p> <p>Ante la amenaza de una disminución de ingresos, se precisa atender el diagnóstico que indican áreas con potencial de fortalecimiento para contar con los conocimientos y la práctica de una asociación que sostiene un balance de operación capaz de contar con su propio capital como empresa.</p>	<p><b>Oferta</b></p> <p>La asociación ofrece consultorías y realiza investigaciones para la industria turística local, no cuenta con un canal de distribución de sus servicios definidos lo cual repercute en un bajo nivel de posicionamiento, en el Comité Turístico cuenta con la presencia de productos sustitutos con las dos fundaciones que lo integran, lo cual indica el riesgo de que sus servicios se vean reemplazados o con elección de cambio según la oferta de las otras empresas, de igual forma la asociación cuenta con la posibilidad de atender diversas solicitudes según el turista al apoyarse con alternativas de servicios de transporte, hospedaje y paquetes turísticos debido a los productos complementarios.</p> <p><b>Demanda</b></p> <p>Entre los grupos que disponen de la oferta de la asociación, se distingue al segmento familiar e institucional como componentes principales de la demanda, quienes describen altos ingresos y ejercicio operacional en los meses de junio, julio, agosto, diciembre, enero y febrero, y con efectos negativos en la dinámica de la asociación en los meses de septiembre, octubre y noviembre.</p>
<p><b>Fudetes</b></p>	<p>Como parte de las instalaciones, cuenta con equipos de sistemas de información lo cual en función de la experiencia y propiedad de información en turismo como es el manejo del personal que integra la fundación en gestión empresarial y de personal, comercialización de servicios turísticos e innovación; fortalecen un completo portafolio de servicios y una flexibilidad operativa.</p> <p>La ubicación de la infraestructura de la fundación es estratégica en un sentido comercial local, pero no es adecuada para las necesidades de acceso del turista. Las áreas que indican medidas correctivas es la ausencia de conocimiento estratégico en finanzas, desarrollo de producto turístico y alianzas estratégicas; además de notar debilidad en cuanto a la operación y prestación de servicios.</p> <p>Los nuevos nichos de mercado que representan campos de desarrollo y actividad significativa según la dirección de funcionamiento de la fundación en las condiciones actuales de la misma indican potencial de análisis y práctica con beneficios de expansión, crecimiento, conocimiento y solidez empresarial. Para ello es necesario tener en cuenta que el aumento en el número de competidores es una amenaza que amerita mitigar antes de su efecto, con el ejercicio de las medidas recomendadas y el apoyo de las fortalezas que identifican la fundación.</p>	<p><b>Oferta</b></p> <p>La oferta se posiciona con las investigaciones que caracterizan el principal ejercicio de la fundación a pesar de no contar con un canal de distribución estructurado para sus servicios. Hay presencia de productos sustitutos al identificar los sectores empresariales del Comité Turístico, con los servicios de investigación y consultoría de las dos asociaciones que participan en la conformación del mismo, sin embargo los productos complementarios que de igual manera concurren, permiten la opción de tener alternativas que sumen variedad e incrementen valor de elección de los clientes, los servicios complementarios son: transporte, hospedaje y paquetes turísticos.</p> <p><b>Demanda</b></p> <p>La demanda está conformada por ejecutivos y comunidades receptoras de atractivos turísticos, quienes con especial interés en aprovechar el potencial turístico de las diferentes regiones locales que representan contratan los servicios de la fundación, especialmente durante los meses de septiembre, octubre, noviembre y abril y con menor afluencia de estos grupos en los meses de marzo, mayo, junio, julio y agosto.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Fundación para el Desarrollo Turístico de Nariño</b></p>	<p>El capital humano es el principal elemento diferenciador de la fundación, el cual tiene conocimientos en gestión empresarial y de personal además de estructurar un completo portafolio de servicios. Lo referido a la infraestructura, instalaciones y equipos de operación no presentan las condiciones requeridas sin embargo la ubicación es estratégica según las necesidades del turista aunque no pertenezca al algún sector con especial valor de reconocimiento.</p> <p>Se distinguen necesidades al requerir conocimientos en finanzas, planeación estratégica, desarrollo de producto turístico y trabajo en equipo además de presentar dificultades en la obtención de un soporte económico para la fundación.</p> <p>Como oportunidades, sobresale bajo la situación actual y en capacidad de aprovechamiento los nuevos nichos de mercado que posibilitan el óptimo desarrollo de la fundación al explorar nuevas opciones de ejercicio.</p> <p>En calidad de amenaza la disminución de la actividad turística es un factor afecta la dinámica de la empresa, para lo cual es indispensable tener en cuenta la oportunidad en mención y su práctica con los elementos que respaldan una ventaja de operación.</p>	<p><b>Oferta</b></p> <p>La fundación realiza investigación turística, sin el debido posicionamiento de su servicio, la prestación de la oferta no distingue un canal de distribución sólido. En el ámbito del Comité Turístico hay productos sustitutos con la presencia de dos asociaciones de características similares según la oferta básica, en este sentido cuenta con la opción de integrar sus servicios con las necesidades del turista en cuanto a hospedaje, transporte y adquisición de paquetes turísticos en lo que se refiere a la existencia de productos complementarios.</p> <p><b>Demanda</b></p> <p>Los grupos familiares, de amigos y empresariales estructuran el segmento del mercado que percibe en su mayoría la oferta de los servicios descritos anteriormente, para los meses de octubre, diciembre, enero y febrero hay una dinámica significativa por parte de la demanda hacia la fundación, pero el periodo de junio, julio y agosto representa baja afluencia en la prestación de los servicios</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

□ **Conclusiones.** Al conocerse la calidad de los avances y logros en materia de turismo de los actores turísticos es posible argumentar la caracterización de la oferta y demanda de los servicios turísticos anteriormente descritos; al tener los conocimientos, la experiencia y en algunos casos la creciente actividad de aprendizaje e innovación en su ejercicio se explica la forma de operación de la empresa, asociación o fundación, el capital humano y sus fortalezas o debilidades, diferenciación y condiciones del equipamiento de trabajo, lo que constituye la construcción de una oferta competitiva o una con necesidades en diversas áreas. De igual manera afecta la demanda, resultado de toda la dinámica y su funcionamiento, segmentos de mercado fieles, constantes y escalonados o una estacionalidad marcada por ciertas épocas de ventas de servicios,

describen un comportamiento que integra en su análisis cada uno de los objetivos anteriormente efectuados.

**2.2.5 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 4 objetivo.** El Cuarto Objetivo se formuló de la siguiente manera: “Estructurar la propuesta de cómo debería funcionar una Red de Apoyo de Servicios Turísticos entre los actores identificados como respuesta a la estrategia de articulación”, siguiendo el orden de trabajo del proyecto al abordar este objetivo se llega a la conclusión y parte final ya que es en este punto donde todas las actividades, análisis y desarrollo de anteriores compromisos se integran en función de una propuesta que justifica y responde al título de este proyecto: “Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo ...”.

La red de apoyo de servicios turísticos, ahora Comité Turístico de la ciudad de Ipiales es la forma de articulación de los actores turísticos y la estrategia permanente que define una proyección de vida largo plazo se logra con la estructuración de su funcionamiento, en este caso con el desarrollo del entregable del Comité en la socialización número 2 del proyecto de articulación cuyos componentes son:

□ **Entregable Comité Turístico de la ciudad de Ipiales.** La información contenida fue:

1. Directrices de la organización a nivel estructural
2. Alcances y beneficios
3. Política organizacional (Objetivos y principios)

#### 4 Misión y Visión

#### 5 Factores de éxito

□ **Formulación de funcionamiento del Comité Turístico: desarrollo del Entregable.** El diseño de una estrategia permanente que actúe como factor diferenciador de anteriores iniciativas de asociatividad local y departamental se describe con los temas que integran el entregable anteriormente descrito, es fundamental tener en cuenta que este resultado es el punto de partida para afrontar la principal falencia destacada en los diagnósticos de la actividad turística a nivel departamental, donde el tema de la articulación entre los subsectores se califica en estado de amenaza frente al impacto que representa para el desarrollo de la industria turística.

Con la información de cada actor integrante del Comité Turístico proveniente de las entrevistas efectuadas y los análisis abordados para la realización de los objetivos 2 y 3, se diseñó un entregable propio y con identidad según las necesidades y aportes de sus integrantes, que se identifique como la primer forma de asociatividad que reúne a diferentes representantes de empresas turísticas de la ciudad de Ipiales que le apuestan a la cooperación con una dirección anteriormente planeada, caracterizada y organizada con el fin de complementar conocimientos, habilidades y capacidades para el aprovechamientos de las oportunidades que el turismo presenta en la región, ello en un proceso de aprendizaje continuo debido a que en la ciudad no hay casos de éxito de alianzas estratégicas permanentes registradas en alguna oficina o documento institucional que actúen como respaldo para iniciativas siguientes.



Antes de estructurar el entregable es fundamental la definición del propósito de funcionamiento del Comité Turístico, es decir, su objeto de existencia y conformación; se precisa principalmente para los actores integrantes tener claro la dirección que tendrá ésta alianza, el para qué y su quehacer, de tal modo sea entendible para la comunidad receptora.

□ **Propósito.** El propósito del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales consiste en la comercialización turística, para brindar una mejor capacidad productiva, fortalecer las acciones promocionales y posibilitar la realización de actividades de comercio turístico más complejas entre los actores miembros.

Cabe mencionar que para llegar a esa conclusión previamente se utilizó la información tabulada de la pregunta número 23 del formato de preguntas diagnóstico del Comité Turístico según el cual la opción \* Comercialización Turística obtuvo el número más alto en cuanto a los actores turísticos que eligieron su preferencia sobre las demás iniciativas planteadas.

Adicionalmente este resultado respalda la vocación de los integrantes de esta asociación empresarial la cual se caracteriza en la producción y comercialización de productos y servicios turísticos sustentados en la calidad de la oferta y demanda ya estructurada desde las mismas empresas y actores representantes.

### Pregunta número 23

**23.** La articulación estratégica a desarrollar debe establecer su objeto, razón de ser o misión empresarial, entre las siguientes opciones se presentan las áreas o funciones que pueden guiar la dirección de la articulación empresarial, elija el campo según su preferencia:

- a.** Producción del servicio turístico
- b.** Aprovisionamiento
- c.** Financiamiento
- d.** Gestión de recursos humanos
- e.** Gestión empresarial
- f.** Comercialización turística

Los resultados para cada opción fueron:

Tabla 1. Resultados de la tabulación Pregunta No. 23

Opción	Frecuencia
- Producción del servicio turístico	5
- Aprovisionamiento	0
- Financiamiento	1
- Gestión de recursos humanos	2
- Gestión empresarial	1
- Comercialización turística	7

### LISTADO DE OPCIONES

EMPRESA/FUNDACION	REPRESENTANTE	A Producción del servicio turístico	B Aprovisionamiento	C Financiamiento	D Gestión de recursos humanos	E Gestión empresarial	F Comercialización turística
OPenSky Viajes y Turismo	Rocío Obando Rosero						X
Transrecreacionales	Nelly Amparo Chalapud Carlos Alberto Gaitán						X
Viajes Guzman	Guifo					X	
Viajes Guzman	Miguel Guzmán						X
Avianca	Yolanda Muñoz Revelo Mery Yolanda Palacios	X			X		X
Frontera Tours	Rueda	X					X
Hotel Colonial	Jackeline Ruales	X					
Seturs	Erasmó Arturo Pastas				X		X
Asociación PUMAMAKE	Mabel Revelo García y Jairo Andrés Aza	X					
FUDETES Fundación Turística de Nariño	Yurany Guancha	X		X			
	Gladis Rosero						X
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>7</b>

**Directrices de la organización a nivel estructural.** Describe el organigrama de acuerdo a la naturaleza de función del Comité Turístico, con las respectivas funciones en los campos delegados, se tiene en cuenta que el Comité Turístico se presenta como una empresa formada por diferentes integrantes con sus propias actividades donde influyen los objetivos que persigue y las actividades que por lo tanto se lleven a cabo. A continuación se presenta la organización que por el que Comité debería propender:

✓ **Gerente:** Encargado de la gestión del Comité Turístico con la debida integración de los factores que garantizan la estrategia en su calidad de permanente. Se le delega la planeación,

ejecución y control de procesos y actividades dirigidas al propósito de funcionamiento del acuerdo asociativo.

✓ **Líder Integrador:** es la persona encargada de relaciones humanas y las comunicaciones. Es responsable de velar por una armoniosa atmosfera de trabajo entre los actores del comité turístico, aplica los principios establecidos y mediante acciones de incentivos o correctivos implementa una comunicación eficaz entre los miembros y las diferentes áreas encargadas de la alianza para mantener la esencia de unidad de esta misma.

✓ **Encargado de finanzas:** encargado de la administración, revisión y manejo adecuado de los recursos del Comité, representados en capital financiero, inversión e ingresos económicos y recursos en calidad de especie.

✓ **Representante de miembros socios:** es la persona que lidera los diferentes sectores que integran el Comité Turístico; en su representación cuenta con la capacidad de tomar decisiones y asumir responsabilidades en nombre de los miembros las cuales signifiquen un bienestar conjunto, dichas acciones se respaldan en el consenso previo y participación de los actores para velar por procesos de comunicación íntegros.

✓ **Socios encargados:** asumen la práctica de un trabajo en equipo para hacer posible la dirección encargada en cada una de las funciones. A través de la clara concepción y ejercicio de los factores de funcionamiento del Comité Turístico, integran sus capacidades, conocimientos y

habilidades en la consecución de las metas, actividades y objetivos propuestos direccionados por la misión y visión de la alianza de cooperación.

Sin embargo teniendo en cuenta las condiciones de cada uno de los actores y la responsabilidad de funcionamiento para cumplir con las funciones anteriormente descritas, se elabora una propuesta de organigrama plano que implica una dirección como líder representante que lleva a cabo los objetivos y cumple con las metas establecidas con un equipo de trabajo participativo. Esto es un escenario real, cercano y que bajo el contexto en el que nace el Comité Turístico es viable su práctica (Cuadro 11. Descripción de cargos del Comité Turístico).

Cuadro 11. Descripción de Cargos del Comité Turístico

Perfil Laboral	Cargo: Gerente
<b>Conocimientos</b>	Idioma: Inglés Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos Títulos: Administración de empresas turísticas, Profesional en Turismo, Ingeniería Turística. Estudios complementarios: Gerencia estratégica, Liderazgo organizacional
<b>Habilidades</b>	*Técnicas: nuevas tecnologías, software *Humanas: comunicación efectiva, liderazgo, pro actividad, relaciones humanas y trabajo en equipo, motivación personal Conceptuales: inteligencia emocional, innovación y creatividad
<b>Competencias</b>	*Planificar, organizar, administrar y promocionar actividades en función del Comité Turístico Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales en el ámbito administrativo, financiero y tributario. *Ejecutar e innovar proyectos **Definición de directrices *Articular relaciones *Negociar acuerdos *Capacidad para escuchar y comunicarse de manera fluida y directa
<b>Funciones</b>	*Gestionar el desarrollo de capacidades de los actores que participan en la actividad turística *Generar alianzas que promuevan la formalización de las actividades turísticas” <a href="http://www/files/CGR-Perfil-Gerente-Turismopdf">www/files/CGR-Perfil-Gerente-Turismopdf</a> **Planificar los objetivos generales y específicos de la asociatividad a corto y largo plazo *Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro como también de las funciones y cargos *Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. *Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar posibles desviaciones o diferencias.

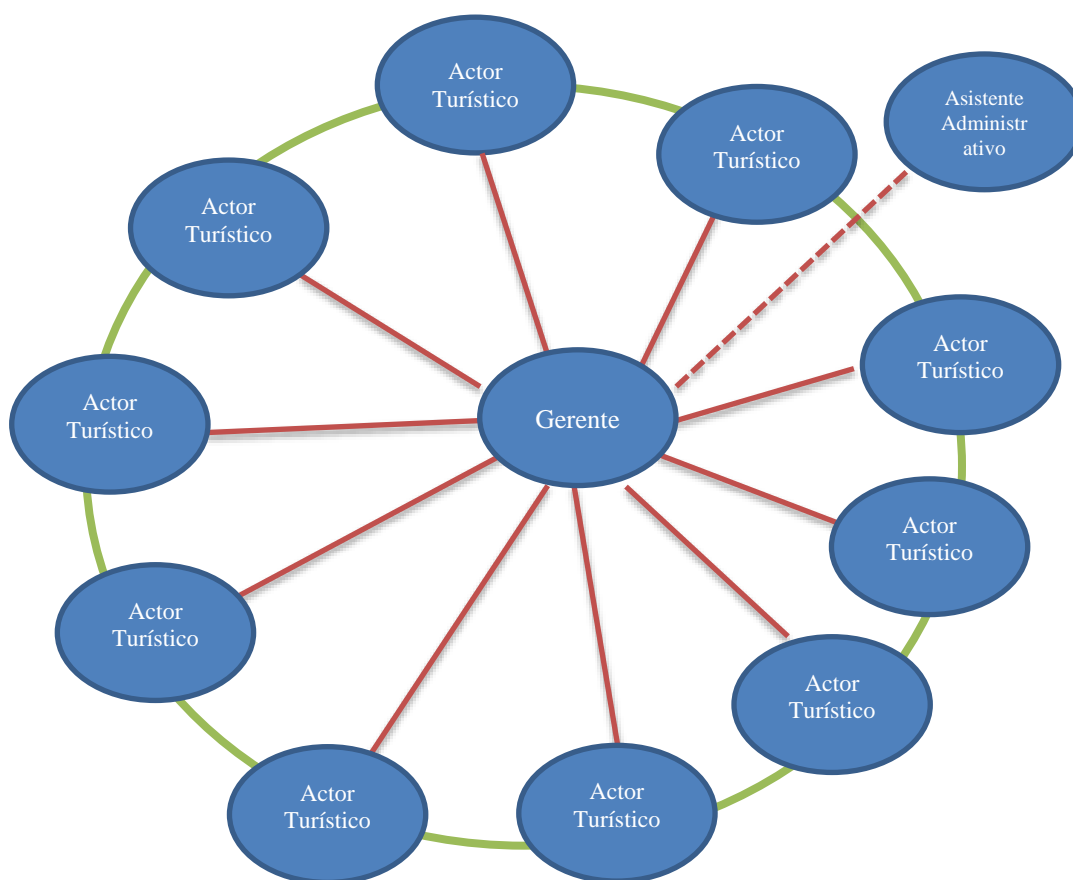
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Coordinar con la persona de secretaría administrativa las reuniones para resolver desperfectos en la empresa.</li> <li>*Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable, entre otros.” <a href="http://www.gestipolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/">www.gestipolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/</a></li> <li>*Formulación de estrategias dirigidas a la comercialización turística que articulen la participación de cada uno de los actores turísticos con base a los elementos de funcionamiento de Comité Turístico.</li> <li>*Desarrollo de nuevas líneas de negocios y proyectos turísticos orientados a la comercialización de productos y servicios turísticos propios del tejido asociativo.</li> <li>*Creación productos o servicios turísticos del Comité Turístico con potencial de mercadeo en diferentes zonas geográficas.</li> <li>*Definición e implementación estrategias que permitan enriquecer el producto o servicio turístico ofrecido.</li> <li>*Gestión y administración de los recursos financieros de la asociatividad</li> </ul>
<b>Reconocimiento salarial</b>	\$2.000.000 - \$2.500.000

<b>Perfil Laboral</b>	<b>Asistente Administrativa</b>
<b>Conocimientos</b>	Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos Títulos: Administración de empresas, asistente de planeación administrativa Estudios complementarios: archivo, matemática financiera, manejo de herramientas tecnológicas, Sistemas con énfasis en Excel
<b>Habilidades</b>	Autonomía, calidez humana, trabajo en equipo, comunicación efectiva, toma de decisiones.
<b>Competencias</b>	Gestión de recursos, administración del tiempo, organización de agenda laboral y eventos
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Dar soporte en la formulación y seguimientos en los planes de gerencia</li> <li>*Identificar oportunidades de mejora en los procesos y procedimientos vigentes</li> <li>*Organizar y analizar la información de la gerencia referida a pronósticos, presupuestos, indicadores de gestión, entre otros con objetivos de identificar desviaciones y plantear acciones de mejora.</li> <li>*Elaboración y gestión de reportes y presentaciones de la gerencia” <a href="http://www.unsa.edu.pe/empresarial/archivos/backus3.pdf">www.unsa.edu.pe/empresarial/archivos/backus3.pdf</a></li> <li>**Organizar los eventos que promueven relaciones empresariales teniendo en cuenta el objetivo social de la empresa</li> <li>*Organizar la documentación teniendo en cuenta las normas legales y de la organización</li> <li>*Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás en los contextos de labor” <a href="http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/el-nuevo-perfil-de-las-secretarias-ejecutivas">mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/el-nuevo-perfil-de-las-secretarias-ejecutivas</a>”</li> </ul>
<b>Reconocimiento salarial</b>	\$ 1.000.000 - \$1.500.000

El funcionamiento del Comité Turístico se describe en un Organigrama Circular y según Thompso (2012), en donde: *“La unidad organizativa de mayor jerarquía se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representa un nivel distinto de*

autoridad. Las unidades de igual jerarquía se ubican sobre un mismo círculo, y las relaciones jerárquicas están indicadas por las líneas que unen la figura”)

Figura 1. Diseño del Organigrama Circular del Comité Turístico



El organigrama se compone por el máximo cargo como es el Gerente, cargo descrito para la persona que cumpla con los requisitos definidos entre los integrantes de la articulación o del medio externo, ubicado en el centro y desde este lugar se delegan las funciones de los diferentes actores miembros del Comité Turístico, estos mantienen una relación directa entre sí debido a una

ubicación desde un mismo nivel, apoyando una dinámica participativa por el número de integrantes y la cooperación necesaria para su ejercicio. Para apoyo y asesoramiento de las diferentes actividades del Gerente se propone la ejecución staff de un asistente administrativo(a), este cargo únicamente se dirige para los requerimientos concretados e identificados para el cumplimiento de las funciones del Gerente.

#### □ **Alcance y beneficios**

– **Alcance.** Creación, mantenimiento y fortalecimiento del tejido asociativo en base al propósito de comercialización de productos y servicios turísticos del Comité Turístico.

– **Beneficios.** El Comité turístico como forma de asociatividad según Torres (2013: 19): “*debe proveer una serie de beneficios que motiven la creación de acuerdos de cooperación. En teoría, entre las ventajas que brinda la estrategia asociativa en el sector turístico puede señalarse*”.

Los beneficios que se describen a continuación pertenecen al análisis de Torres, información que se utiliza como base y fundamento para asociatividad en turismo, en este caso se toma para la aplicación del Comité Turístico.

- **“Mejoramiento de la escala:** es la posibilidad de realizar compras en conjunto de los bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de cada una de las pymes intervinientes.

- **Financiamiento:** la asociatividad permite una mayor probabilidad de acceder a créditos, tanto bancarios como comerciales, a través de la financiación interna del grupo y/o el aumento de los



avales a presentar. Además, existe la posibilidad de acceder a créditos otorgados por organismos internacionales que financian el desarrollo de productos turísticos, que sería imposible llevarlos a cabo sin financiamiento externo.

- **Asesoramiento:** el trabajo en forma asociada permite disminuir costos fijos prorrateando los costos de los asesores entre todos los participantes. Esto permite acceder a los servicios de los asesores que son inaccesibles individualmente, tales como asesores en el manejo medio ambiental, conservación del recurso turístico, paisajismo, comercialización turística, desarrollo y evaluación de proyectos, asesorías legales, etc.
- **Capacitación:** La capacitación y permanente actualización de los gerentes y el personal es de vital importancia en las empresas turísticas; la asociatividad permite la contratación de capacitadores que dicten cursos, como así también solventar los gastos de enviar algún participante a congresos, seminarios y talleres, dictados en el país o en el exterior.
- **Información:** esta ventaja radica en la acumulación y sistematización de la información descentralizada. Esto le permite aumentar el conocimiento acerca del negocio turístico, basándose en la acumulación de experiencia y el intercambio de la misma.
- **Economía de escala:** la asociatividad en PYMEs permite el decrecimiento de los costos medios(a partir del aumento de tamaño) en las diferentes etapas de costo dentro de la empresa: producción del servicio turístico, investigación y desarrollo, comercialización turística, entre otras.

• **Decisiones estratégicas:** los acuerdos de cooperación entre PYMEs turísticas les ofrece la posibilidad de desarrollar estrategias competitivas que debido a la falta de un tamaño adecuado, la escasez de capital, la falta de conocimiento, sus estructuras rígidas, la falta de modernización, etc.,; no podrían ser desarrolladas de manera individual. Según Torres, (2013: 19 / 20): entre dichas estrategias se puede mencionar las siguientes:

\*Modernización del negocio

\*Diversificación de productos

\*Expansión de negocios existentes

\*Penetración en nuevos mercados

\*Emprendimiento de nuevos negocios

\*Integración vertical y horizontal de procesos”

\*Ganar posiciones en el mercado

□ **Política organizacional. Objetivos.** A partir de la información recolectada en las entrevistas con los cuestionarios referentes a diagnóstico en asociatividad se toma en cuenta la pregunta número 22.

Entre los objetivos posibles de ser alcanzados y que pueden transformarse en ventajas competitivas para las empresas intervinientes en este tipo de estrategia de las siguientes a mencionar, ¿cuál es la de su mayor interés poder alcanzar?

**a.** Enriquecer el producto turístico ofrecido

**b.** Incrementar el poder de negociación frente a otros actores involucrados

**c.** Desarrollar nuevas marcas y posicionarlas en el mercado

**d.** Optimizar la gestión de las empresas asociadas

**e.** Desarrollo de nuevas líneas de negocios y proyectos turísticos

f. Optimizar recursos limitados, principalmente de información y de capital

g. Ofrecer el mismo producto turístico en diferentes zonas geográficas

**LISTADO DE OBJETIVOS**

EMPRESA/FUNDACION	REPRESENTANTE	Enriquecer el producto turístico ofrecido	Incrementar el poder de negociación frente a otros actores involucrados	Desarrollar nuevas marcas y posicionarlas en el mercado	Optimizar la gestión de las empresas asociadas	Desarrollo de nuevas líneas de negocios y proyectos turísticos	Optimizar recursos limitados, principalmente de información y de capital	Ofrecer el mismo producto turístico en diferentes zonas geográficas
OpenSky Viajes y Turismo	Rocío Obando Rosero		x					x
Transrecreacionales	Nelly Amparo Chalapud Carlos Alberto Gaitán Guifo		x					
Viajes Guzman	Miguel Guzmán	x	x	x	x	x	x	x
Avianca	Yolanda Muñoz Revelo Mery Yolanda Palacios Rueda	x		x		x		x
Frontera Tours	Jackeline Ruales	x						
Seturs Asociacion PUMAMAKE	Erasmus Arturo Pastas  Mabel Revelo García y Jairo Andrés Aza				x		x	
FUDETES	Yurany Guancha	x				x		x
Fundacion Turistica de Nariño	Gladis Rosero					x		
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>5</b>

Resultados de la tabulación pregunta No 22

Tabla 2. Resultados de la tabulación Pregunta No. 22

OBJETIVOS	FRECUENCIA
- Enriquecer el producto turístico ofrecido	5

- Incrementar el poder de negociación frente a otros actores involucrados	3
- Desarrollar nuevas marcas y posicionarlas en el mercado	3
- Optimizar la gestión de las empresas asociadas	4
- Desarrollo de nuevas líneas de negocios y proyectos turísticos	7
- Optimizar recursos limitados, principalmente de información y de capital	2
- Ofrecer el mismo producto turístico en diferentes zonas geográficas	5

Según la tabulación de la información las opciones que obtuvieron mayor respuesta fueron tres, las cuales se presentan a continuación en orden de importancia como los objetivos del Comité Turístico:

**Objetivos del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales**

- a.** Desarrollo de nuevas líneas de negocios y proyectos turísticos
- b.** Ofrecer el mismo producto turístico en diferentes zonas geográficas
- c.** Enriquecer el producto turístico ofrecido

Son tres objetivos en nombre de las demás opciones que representan la expectativa de alcance a través de la implementación del Comité Turístico, teniendo en cuenta que el primero tuvo mayor calificación en su elección y así en orden de mención, lo anterior indica que las actividades, metas e indicadores que los actores turísticos desarrollen estarán encaminados principalmente a la posible consecución de los descritos anteriormente y que en un futuro escenario se conviertan en ventaja competitiva para los involucrados y en nombre de la alianza,

cabe resaltar que los integrantes del Comité en libre elección en las entrevistas escogieron según sus conocimientos, experiencia y preferencia aquel que se acoplara.

## **Descripción**

**a. Desarrollo de nuevas líneas de negocios proyectos turísticos:** se presenta como la propuesta de ampliación del mercado que actualmente cada integrante lleva a cabo por medio de su empresa o fundación, cuando se refiere a nuevas líneas de negocio Torres, (2013: 58 / 59) brinda el siguiente concepto:

*Líneas de negocio. Línea de Negocio Externa, aquella que se relaciona directamente con los clientes y prospectos. Tiene como fin incrementar rentabilidad y generar permanencia en el tiempo. Esta área se compone de: Turismo Emisivo, Turismo Receptivo, Comercio Electrónico y desarrollo de sitio Web, Franquicias, Venta de Productos y Servicios afines con el Turismo.*

*Línea de Negocio Interna, aquella que dice relación con apoyar el funcionamiento interno de cada Empresa. Tiene como fin aumentar la productividad, generar economías de escala y lograr maximizar la eficiencia de cada empresa. Esta área se compone de: Desarrollo de una Solución Informática a través de Operación (S.I.A) Horizontal de la empresa, ... que permita generar una única corriente de información a partir del estandarizado de procedimientos...*

**b. Ofrecer el mismo producto turístico en diferentes zonas geográficas:** se refiere a la posibilidad de expansión geográfica de la empresa para obtener una cobertura mayor en el mercado lo cual le brinde ventajas de operación, ingresos y posicionamiento, entre otros frente a la competencia y en un proceso ser partícipes de un reconocimiento en el reglón turístico de la existencia de la empresa, nombre y razón social.

**c. Enriquecer el producto turístico ofrecido:** a través del Comité Turístico los integrantes turísticos pueden con base a su servicio identificado realizar esfuerzos para añadir valor y complementar la oferta turística lo cual signifique un crecimiento empresarial percibido por los beneficiarios y reconocido en el área de gestión.

**Principios.** Los principios actúan como la columna vertebral en una empresa pues definen la permanencia de ésta a largo plazo; son el modelo a seguir de cada uno de los intervinientes y garantizan integridad para las personas y la empresa, los principios se mantienen a pesar de los cambios culturales, manejan un lenguaje y significado único global, por lo tanto este es un punto fundamental para justificar la existencia de un Comité Turístico en una proyección de tiempo, para su formulación se basa en el texto de Torres (2013: 17 / 18) el cual aborda las condiciones para la viabilidad de la asociatividad y para este trabajo se establecen como principios, que son los siguientes:

- **“Implantación de objetivos del proyecto:** esta es una de las principales condiciones que se debe cumplir, debido a que es considerada el punto de partida de cualquier proyecto asociativo. Esto permite tener una idea clara del mismo, agrupar a los participantes hacia la consecución de

los objetivos propuestos y permitir la realización del control de gestión, con el fin de verificar el cumplimiento no de los objetivos pre- establecidos.

Dichos objetivos deber ser: cuantitativos, medibles, realistas, comprensibles, estimulantes, jerárquicos, realizables y congruentes con las PYMEs turísticas participantes.

- **Complementariedad:** esta condición asume una vital importancia en la asociatividad de PYMES turísticas, ya que les permite conformar un producto turístico integrado y diferenciado de la competencia. La complementariedad de capacidades, recursos y conocimientos favorece la cooperación entre las partes, teniendo en cuenta que cada una de ellas consideran a las restantes como un complemento de sus actividades (que les permitirá obtener ventajas comparativas con respecto a la competencia) y no como un potencial competidor.

- **Compromiso:** en primer lugar, es necesario que propietario, socio o gerente PYME asuma el compromiso de dedicar un tiempo prudencial a las reuniones regulares del grupo, así como también para desarrollar las actividades que este tipo de estrategia requiere.

En segundo lugar, debe existir el compromiso de colaborar con los recursos económicos necesarios para el desarrollo de las actividades conjuntas, así como también el compromiso personal de alcanzar el éxito.

- **Homogeneidad:** se refiere al tamaño de las firmas intervinientes. Este criterio posee una alta valoración, por cuanto en el momento en que se inician las actividades y se empiecen a desarrollar proyectos en común, se vuelve relevante para la toma de decisiones económicas a

adoptar. De esta manera, se evita que alguna de las PYMEs asociadas intenten monopolizar la toma de decisiones, a partir de un mayor poder económico.

- **Transparencia:** se entiende que a partir de cierto momento se deben abandonar los secretos en el grupo, y cualquier tema puede ser tratado en el mismo sin temor. Así como también, es relevante la transparencia en el manejo de los recursos económicos y financieros, tanto en el uso como en las fuentes de los mismos.
- **Democracia:** en un proyecto asociativo se debe contar con la capacidad de trabajar en grupo y tener como regla principal el tomar decisiones preferentemente por consenso. Esto conduce a aprender a escuchar, opinar y tolerar al resto de los participantes.
- **Localización:** la asociatividad en PYMEs de ciertos sectores productivos exige que las mismas se encuentren emplazadas en una misma ciudad o región. Por el contrario, en el sector turismo se pueden desarrollar proyectos asociativos entre PYMEs ubicadas en diferentes zonas geográficas, e incluso países.
- **Sustentabilidad:** Asegura la obtención de niveles satisfactorios de renta (sustentabilidad económica); asegura la compatibilidad entre el desarrollo de las actividades empresariales y el mantenimiento de procesos biológicos (sustentabilidad ecológica); y preservar la identidad de la comunidad local (sustentabilidad sociocultural)” (Figura 2. Condiciones para la asociatividad).

Figura 2. Condiciones para la asociatividad





Fuente: elaboración propia

FUENTE diseño propio con información TEXTO TORRE. PDF PAG 18

Con la realización de las entrevistas, la formulación de la pregunta número 29 con los respectivos resultados se procede a un análisis de la información, la cual permite identificar los principios que en consideración de los actores involucrados son los más importantes o tienen un énfasis especial de atención acerca de su prioridad en entendimiento, desarrollo y correcta ejecución, debido al significado que conllevan y las positivas consecuencias para los miembros de la articulación como para el Comité Turístico.

Pregunta Número 29 tomado de la lista de preguntas diagnóstico para empresas comprometidas con la formulación del Comité Turístico.

29. Las siguientes se identifican como las condiciones para un debido proceso de asociatividad, seleccione las que considere indispensables en su práctica en el actual proceso de formulación del Comité Turístico de la Ciudad de Ipiales.

a. Implantación de objetivos del proceso

b. Complementariedad

c. Compromiso

d. Homogeneidad

e. Transparencia

f. Democracia

g. Localización

h. Sustentabilidad

**Listado de Condiciones**

EMPRESA/FUNDACION	REPRESENTANTE	A Implementación de objetivos del proceso	B Complementariedad	C Compromiso	D Homogeneidad	E Transparencia	F Democracia	G Localización	H Sustentabilidad
OPenSky Viajes y Turismo	Rocío Obando Rosero			x		x	x		
Trans recreacionales	Nelly Amparo Chalapud		X	X		X	X		
Viajes Guzmán	Carlos Alberto Gaitán Guifo					X			X
Viajes Guzmán	Miguel Guzmán	X	X	X	X	XX	X	X	X
Avianca	Yolanda Muñoz Revelo	X		X	X	X			X
Frontera Tours	Mery Yolanda Palacios Rueda	X		X		X			
Hotel Colonial	Jacqueline Ruales	X	X	X	X	X	X		
Seturs	Erasmus Arturo Pastas	X	X	X	X	X	X	X	X
Asociación PUMAMAKE	Mabel Revelo García y Jairo Andrés Aza			X		X			
FUDETES	Yurany Guancha	X	X	X	X	X	X	X	X
Fundación Turística de Nariño	Gladis Rosero			X		X	X		X
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

## Resultados tabulación pregunta número 29

Tabla 3. Resultados de la tabulación de la Pregunta No. 29.

Condiciones	Frecuencia
- Implantación de objetivos del proceso	6
- Complementariedad	5
- Compromiso	10
- Homogeneidad	5
- Transparencia	11
- Democracia	7
- Localización	3
- Sustentabilidad	6

A continuación se listan los principios que según los actores turísticos merecen un interés especial y se consideran indispensables en el funcionamiento de la asociatividad:

### Principios del Comité Turístico:

1. Transparencia
2. Compromiso

Sin embargo se adhieren aquellos planteados anteriormente como principios generales propios de las formas de asociación, como Principios generales para el funcionamiento del Comité Turístico:

- Implantación de objetivos del proceso
- Complementariedad
- Homogeneidad
- Democracia
- Localización
- Sustentabilidad

□ **Misión y visión.** Como elementos indispensables en el funcionamiento de una empresa, la misión y visión nacen desde los propios aportes y en la conjunta participación de los integrantes del Comité Turístico, por ello se recomienda su formulación a los propios actores de esta alianza estratégica, para que plasmen y construyan la dirección y razón de ser del Comité Turístico.

□ **Factores de éxito.** El diseño de la estrategia permanente de la articulación turística, nombrada Comité Turístico de la ciudad de Ipiales con la debida estructuración de marco general de funcionamiento, elemento clave previo a su implementación destaca la mención de los factores que inciden en la buena práctica de esta estrategia asociativa. Al ser un esquema de cooperación no habitual que requiere la introducción de nuevas concepciones de trabajo en equipo, fuera del marco de la competencia individual empresarial, es necesario tener en cuenta la recomendación según Torres (p. 23), en este tipo de alianzas:

*Cuando los empresarios administran sus pequeñas y medianas empresas, están determinando qué actividades y conocimientos entrarán y saldrán de sus organizaciones.*

*Sin embargo, para alcanzar el éxito, los empresarios deben dejar de lado ciertas formas tradicionales de gestionar sus micro-empresas y aprender bajo nuevas formas, principalmente en el marco de un contexto turístico mundial en constante cambio y cada vez más competitivo. Crear y gestionar acuerdos de cooperación es un acto que requiere de una flexibilidad en los modelos mentales de los empresarios/gerentes de PYMEs turísticas...*

Se presentan los factores de éxito para el Comité Turístico con base en los estudios de Torres, p. 23, en su obra: “Requisitos a cumplir y Puntos Críticos de la Asociatividad”:

**1. Poseer una visión clara y estratégica de las fortalezas propias y de las de sus posibles**

**socios:** Tener una visión a largo plazo, una proyección a futuro para el desarrollo del alcance de la estrategia asociativa es vital en el ciclo de vida de la misma para evitar concepciones y gestiones riesgosas que impliquen resultados inmediatistas, para ello e inicialmente se recomienda “determinar cuáles son sus capacidades estratégicas actuales, cuáles son las capacidades que requieren y cómo adquirirlas”, (p. 24).

**2. Considerar y evitar los posibles riesgos de asociatividad:** Teniendo en cuenta la forma de operación de las empresas integrantes en el mercado, que por lo general destaca la competencia y la búsqueda de beneficios y formas de crecimiento con intereses únicos; con el esquema de asociatividad los modelos de funcionamiento cambian y “esto coloca a las empresas asociadas en una situación vulnerables hacia la aparición de conflictos y oportunismo.

Entre los posibles conflictos que ponen en peligro los acuerdos de cooperación, se pueden mencionar los siguientes:

1. La empresa puede asociarse con un competidor más fuerte, lo que la somete a una situación desventajosa, debido a que pierde poder en la toma de decisiones relevantes.
2. Puede ocurrir que las PYMEs empiecen a competir entre sí (dentro de un esquema asociativo) en cuanto a beneficios, participación en el mercado, recursos y conocimientos. Esto desvirtúa los objetivos que conlleva a la adopción de la estrategia asociativa.
3. En un esquema asociativo, donde las PYMEs colaboran y compiten entre sí, puede producirse que con el paso del tiempo una de ellas crezca (beneficiada por la asociatividad) y llegue a dominar a la o las otras. Para evitar estos posibles conflictos es necesario que las PYMEs abran entre ellas canales de comunicación, los cuales deben ser manejables de manera tal que permitan:

\*Eliminar riesgos asociados con la mala información

\*Fomentar la retroalimentación

\*Facilitar el gerenciamiento integral de proyecto asociativo

Por otra parte, es necesario poseer un método para valorar el riesgo de la asociatividad, preguntándose:

\*¿Cuáles serían las consecuencias si ocurrieran algo no deseado?

\*¿Cuáles son las posibilidades que un socio acopie conocimiento clave y lo explote?

\*¿Cuánto daño causaría a la empresa?” (p. 25 y 26).

**3. Estructurar y administrar los acuerdos asociatividad los acuerdos como si se tratara de una “cuasi empresa” separada:** En esta clase de acuerdos asociativos, el Comité Turístico se concibe a nivel estructural como una empresa independiente integrada por los actores turísticos, sugiere entonces un plan de prueba, y según Torres (p. 26):

Los gerentes o propietarios PYMEs encargados de la gestión de los acuerdos de cooperación, deben tener en claro que la empresa en gestación debe estar conformada por los siguientes elementos:

1. Una misión explícita y objetivos específicos que establezcan los límites de la asociación.
2. Personal calificado y leal identificado y comprometido con los objetivos a cumplir
3. Recursos propios, tecnología y know-how a aportar.
4. Una planificación que contemple las diversas actividades, etapas y duración de las mismas que faciliten el cumplimiento de los objetivos planteados.
5. Especificación de la delegación de tareas y los distintos puestos de trabajo.



6. Un sistema de control de gestión que permita evaluar el desempeño de la nueva organización y los resultados del trabajo en conjunto.

**4. Dotar el gerenciamiento de cierta flexibilidad:** La flexibilidad aparece a causa de la diferencia de función que establecen los acuerdos de cooperación. “Dicha flexibilidad en administración de acuerdos inter - empresariales se puede lograr por medio de las siguientes reglas:

- Trabajar para establecer áreas de cooperación
- Ampliar dichas áreas cada vez que sea necesario
- Recopilar información para la toma de decisiones
- Concentrarse en los problemas, no en las personas
- Acercarse con creatividad a la solución de los problemas
- Propiciar soluciones alternativas

Lo anterior funciona bajo el cumplimiento de un factor intrínseco:

*Se debe cambiar parte de las estrategias organizativas tradicionales: Parte de los cambios y decisiones que este tipo de alianzas debe tener en cuenta están dirigidas a la estructura organizativa en donde “La asociatividad supone cambiar parte de las organizaciones tradicionales y algunas de sus tareas básicas, de manera de adecuar las relaciones entre la alianza y las PYMEs que la conforman” (Torres, p. 27).*

**5. Debe existir un importante grado de confianza entre los socios:** En una alianza estratégica como es el Comité Turístico los actores integrantes están sujetos a relaciones de interdependencia donde el aporte en pro del buen funcionamiento de este acuerdo no solo se refiere a recursos de tipo económico, sino en cuanto a las relaciones humanas que se crean, las cuales necesitan de activos que potencialicen cualquier proyecto o trabajo en la actividad turística, la confianza es un factor muy valorado y a veces escaso en las empresas actuales, de este depende la construcción de bases fuertes y solidas donde cada acción esté respaldada por comportamientos íntegros. En el caso contrario, la desconfianza “impide el proceso de aprendizaje y favorece la aparición de métodos burocráticos con un control excesivo y poco participativo.

Para reducir dichos comportamientos es necesario:

\*Reforzar la confianza

\*Negociar los diferentes puntos de vista para la resolución de problemas y aceptar los resultados de dicha negociación.

\*Permitir que el conocimiento y la información circulen de manera multidireccional (horizontal, vertical y lateral) entre las diversas áreas de la nueva empresa, y de esta con sus “progenitoras””  
(p. 28).

**6. Considerar las variables que influyen en el “ciclo de vida” del acuerdo:** Las variables participan como aquellos factores que inciden en los resultados de ejercicio de la estrategia asociativa. Fundamentalmente estas variables son:

\*Inestabilidad tecnológica: ..., el desarrollo tecnológico es de una magnitud y aceleración tal que pueden provocar la obsolescencia técnica que puede colocar a las PYMEs del sector fuera del mercado turístico.

\*Inestabilidad de los mercados de los sectores en los que la empresa opera: El sector turístico es considerado uno de los más cambiantes de la economía. Esta inestabilidad del sector se debe, en gran medida, a la elasticidad de la demanda; la cual está condicionada por numerosas variables tales como: gustos; modas; experiencia de los turistas; situación social y económica de las regiones emisoras y receptoras; características medioambientales y de seguridad y de seguridad en el destino turístico; entre otros.

Todo ello provoca el surgimiento y desaparición de nichos de mercado que pueden dificultar la adaptación de las PYMEs participantes a las nuevas exigencias de los mismos.”

- Asimetría entre los actores involucrados: Dichas asimetrías están determinadas por las diferentes situaciones tecnológicas, operativas y financieras que presentan cada una de las microempresas intervinientes. Esto hace difícil realizar las convergencias necesarias para implementar estos acuerdos de voluntades.

- Comportamiento de cada uno de los actores: Pueda ocurrir que uno de ellos crezca notablemente (viéndose favorecido por la implementación de un acuerdo asociativo) en detrimento de los otros. De esta manera se hace casi imposible lograr los objetivos preestablecidos y consecuentemente las PYMEs participantes se vean en la obligación de renunciar a este tipo de acuerdo.
  
- Perfil empresarial de la organización: La presencia de técnicos, respecto a la presencia de individuos con capacidad de gestión, tiene influencia directa sobre los objetivos propuestos para la asociatividad. Esto se debe a la visión más técnica y acotada sobre las cuestiones asociadas..., mientras los segundos poseen un perfil más emprendedor, dotando a la nueva empresa de un diseño estratégico más flexible, articulado y que se traduzca en potencialidades para el conjunto de las PYMEs asociadas.
  
- Variables que dificultan las acciones a llevar a cabo: Existen una serie de factores que hacen peligrar las acciones que son necesarias ejecutar...Por lo tanto, el o los encargados de llevar a cabo el gerenciamiento de este tipo de estrategias deben estudiar y tratar de solucionar las siguientes cuestiones:
  - La distancia cultural entre las PYMEs participantes.
  - La incertidumbre en las previsiones
  - Las dificultades en la comunicaciones
  - Los objetivos no claramente explicitados”(p. 28 y 29)

**7. Reconocer la importancia de la circulación de información:** La información de cada una de las empresas socias debe tener un especial manejo pues “implica la circulación, el intercambio, el procesamiento y la utilización de información; lo que se traduce en una ventaja competitiva para las empresas intervinientes.

La circulación de la información debe gestionarse adecuadamente debido a que el socio de la alianza puede aumentar la información proporcionada por el otro y le brinda la posibilidad de conocer mejor los puntos débiles y fuertes del mismo, amenazando la alianza formada” (p. 30).

**Factor Limitante:** se presenta en el momento que caracteriza la formulación de una propuesta de funcionamiento de los servicios del Comité Turístico, para el cual los actores brindan información especializada a cerca de su oferta con el fin de estructurar el ejemplo de la integración de los portafolios de servicios, un caso donde la representante Gladis Rosero de la Fundación Turística de Nariño informa a la presente Profesional en Turismo, su voluntad de no continuar como miembro del Comité Turístico debido a factores al interior de la Fundación que impiden su ejercicio. Por lo cual se procede a confirmar que los actores de la asociatividad que actualmente están comprometidos con el ejercicio de la articulación son 11 personas en representación de 10 empresas, fundaciones y asociaciones.

**Ejemplo de cómo debería funcionar una red de servicios turísticos:**

Para dar a conocer la dinámica de cooperación entre los miembros de una asociatividad, en el marco del Comité Turístico se tiene en cuenta el propósito de funcionamiento: comercialización de productos y servicios turísticos, desde el cual se identifica una forma de su ejecución, donde se involucren los elementos anteriormente descritos como son: los beneficios, principios, objetivos y factores de éxito, con el fin de brindar una muestra clara y de fácil entendimiento respecto a lo que los actores turístico podrían lograr desde la unión de sus servicios y productos ofertados, con un énfasis de las ventajas competitivas que enmarca el trabajo cooperativo frente al individual.

Para ello se apoya para un escenario futuro, en un servicio turístico del Comité Turístico de la ciudad de Ipiales como es una ruta turística, perteneciente al porfolio de servicios de Guianza Turística de la Fundación FUDETES donde la representante Yurany Guancha permitió el uso de la información de la oferta, para estructurar una ruta turística con la integración de los principales servicios de los diferentes sectores y empresas del Comité Turístico.

A continuación se da a conocer una propuesta del material que menciona y promociona la Ruta Turística Ancestral

**SERVICIO TURÍSTICO DEL  
COMITE TURÍSTICO DE IPIALES**

## **RUTA ANCESTRAL DE IPIALES**

**INCLUYE**

- 1. Transporte Terminal de Transportes / Rumichaca – Hotel Colonial**  
\*Hotel Colonial: servicio de alojamiento, punto de encuentro con el servicio de guianza turística.
- 2. Transporte Hotel Colonial- Barrio el Charco**  
\*Barrio el Charco: Ruta de las tradiciones y costumbres gastronómicas  
Almuerzo Típico: cuy asado
- 3. Transporte Barrio el Charco- Santuario de la Virgen de las Lajas**  
\*Santuario de la Virgen de las Lajas:  
-Teleférico: Panorámica riqueza natural y cultural  
- Guía temática: Museo, velatorio, esculturas y el caserío de las Lajas  
- Refrigerio y Recordatorio (artesanías agroecológicas)  
- Regreso camino de piedra
- 4. Transporte Santuario de la Virgen de las Lajas**  
- show romántico  
-Cena  
-Serenata grupo musical  
- Degustación bebida típica: hervido
- 5. Traslado hasta el Hotel - descanso**

**setours**  
Operador Turístico  
Ipiales - Colombia

**Guianza turística**



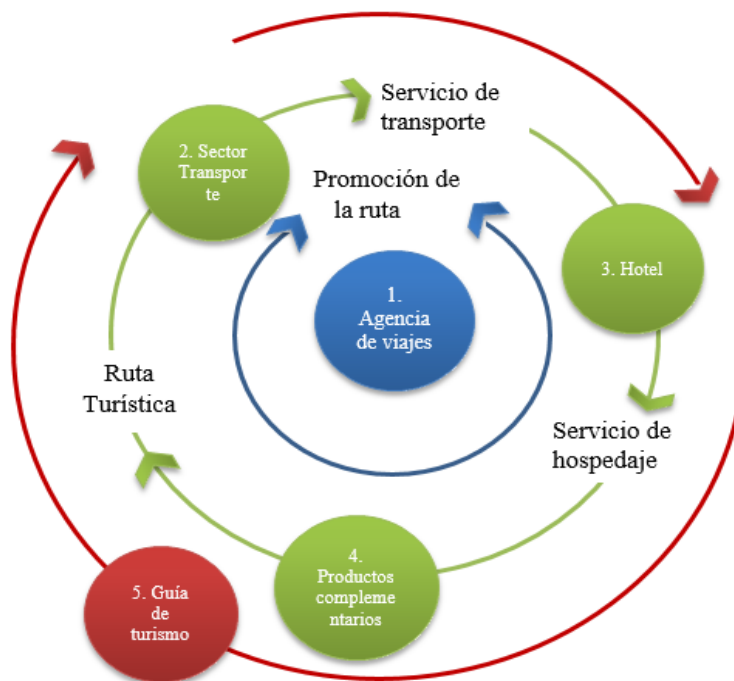
Formulación: elaboración propia

Diseño: Rony Medina

La imagen que se indicó anteriormente es el ejemplar de un flyer que promociona la ruta turística en mención y destaca los servicios esenciales para el turista suplidos por los aportes del portafolio de servicios de los miembros de la articulación.

La forma en que se desarrolla esta propuesta se indica en el siguiente gráfico:

Figura 3. Funcionamiento de los servicios del Comité Turístico.



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se ha establecido a través de flechas y figuras que siguen su curso para dar sentido al inicio y seguimiento de la ruta, caracterizando el momento en que cada sector participa y la función indicada. SE ilustra el ideal de la ejecución de la propuesta de la ruta turística, según



la cual implica para su desarrollo la participación de cada uno de los actores miembros, en orden de la ruta se establece lo siguiente:

1. **Sector Agencias de viajes:** con la representación de las agencias de viajes como son Opensky Viajes y Turismo, Viajes Guzmán, Avianca, Frontera Tours y Transrecreacionales, previamente con el establecimiento de la ruta y del material promocional diseñado, este sector inicia su ejercicio con la promoción exclusiva de esta ruta turística, obteniendo ventaja de destinos turístico y en su portafolio de servicios al contar con una propuesta que solamente es manejada por estas empresas, de tal manera que su economía se flexibiliza a la dinámica de ventas de este paquete turístico.
2. **Sector transporte:** la empresa Seturs es la única que en el Comité oferta este servicio, por lo cual está a cargo de transportar a los turistas desde y hasta los diferentes puntos concertados en la ruta definida, es importante resaltar que para esta asociatividad es un privilegio contar con la participación de esta empresa, debido a que forma parte de los servicios esenciales que un turista necesita y además permite crear productos para un portafolio de servicios amplio que no limite su alcance solo en el marco local, sino para una oferta nacional e internacional, por la ubicación fronteriza de la ciudad..
3. **Hotel:** El Hotel Colonial es único en su naturaleza que integra el Comité Turístico, en la ruta turística esta empresa recibe a los turistas que llegan a la ciudad y con el servicio de hospedaje les permite asegurar una pernoctación con los beneficios que este Hotel destaca, por su

ubicación, infraestructura, entre otros. Esta empresa cumple con la función de hospedaje no solamente para esta ruta sino en los diferentes productos y servicios que el Comité estructure.

4. **Productos complementarios:** en la estructuración de la ruta turística, el turista después de recibir el refrigerio, el Comité Turístico se apoya de la oferta de la Asociación Pumamake para integrar los productos agroecológicos en el paquete turístico promocionado como recordatorios de la gratificante experiencia obtenida y con la oportunidad de expandir el sentido ambiental y de protección territorial que la asociación efectúa.

5. **Guía de turismo:** para el desarrollo de la ruta turística, con los diversos atractivos establecidos, la Fundación FUDETES ejerce uno de los servicios que constituye su oferta turística, como es la guianza turística con una dinámica especializada y diferenciada que promueve el fortalecimiento del turismo a través de la promoción de los atractivos implícitos en la tradición, naturaleza y cultura de la ciudad. La fundación actúa dentro de la ruta turística en el momento de encuentro con los turistas en el lugar de hospedaje donde realiza la bienvenida y brinda la información respectiva del itinerario solicitado, con las debidas recomendaciones para gozar de una excelente experiencia. Desde el hotel hasta la finalización de la ruta al llegar de nuevo al establecimiento para su descanso este servicio realiza el acompañamiento.

## **Aplicación de los elementos que componen el entregable del comité turístico para la ruta turística**

### **1. Beneficios**

- **Mejoramiento de escala:** el Comité Turístico tiene la oportunidad de negociar productos y servicios para las empresas, asociaciones y fundaciones miembros. Para el desarrollo de la ruta turística cuentan con la capacidad de compra en conjunto el diseño de bases de datos, herramienta fundamental para un registro de los clientes, miembros, proveedores, entre otros.
- **Financiamiento:** El Comité Turístico puede solventar los costos y gastos que implica la elaboración y ejecución de una propuesta turística comercial, a través de la formulación de un proyecto a entidades que financien estas iniciativas, o para la consecución de créditos. Al contar con el respaldo de asociatividad existe una probabilidad mayor de obtenerlos y de disminuir los aportes de capital que los actores establezcan.
- **Asesoramiento:** la articulación turística para fortalecer los conocimientos de turismo, está en las condiciones de gestionar asesorías en este caso de Diseño de Producto Turístico para elaborar una completa propuesta de la ruta turística, de tal modo los costos implicados ahora se comparten y acceden a una información que aporta significativamente de manera individual y colectivamente.
- **Capacitación:** la capacitación continua de los integrantes del Comité Turístico es fundamental debido a que sugiere formas de funcionamiento marcadas por la cooperación y no por la competencia. Por ello en el marco del desarrollo de la ruta turística se propone la contratación de capacitadores que a través de workshop dicten cursos a cerca del trabajo en equipo, condición necesaria para garantizar un óptimo ejercicio de la propuesta y de la articulación.

- **Información:** con el ejercicio de la ruta turística, se produce una circulación constante de información en lo que respecta a las capacitaciones recibidas, experiencias y conocimientos compartidos, procesos que garantizan libre información con una adecuada utilización de la misma.
- **Economía de escala:** aplicado en la etapa de comercialización de la ruta turística en un escenario posible como son las ciudades de Pasto, Popayán y Tulcán (Ecuador), los integrantes de la articulación se privilegian en un bajo valor de costos para llevar a cabo el propósito de promocionar el paquete turístico en otras zonas geográficas, debido al tamaño de la asociatividad.
- **Decisiones estratégicas:** se presentan en la realización de alianzas estratégicas para una proyección con el objetivo de lograr el mercadeo de la ruta turística desde diferentes ciudades, con las posibilidades de obtener reconocimiento, posicionamiento con la penetración en nuevos mercados.

## 2. Objetivos

Con la propuesta de la ruta turística los objetivos que el Comité Turístico empezaría a desarrollar serían:

- **Enriquecimiento del producto turístico ofrecido:** se presenta con la naturaleza del paquete turístico y los servicios que se brindan al turista, al diseñar un completo portafolio de

servicios. El valor de esta oferta se destaca en la diferenciación de los tradicionales servicios que el turista encuentra de manera individual, a través del Comité Turístico las personas obtienen una oferta construida con los servicios de cada actor, percibiendo organización, diversidad e integridad de los sectores integrantes.

### **3. Principios**

Son fundamentales en la práctica de esta propuesta, en cada decisión y acción la transparencia en la información recibida y brindada, en las actitudes tomadas en el Comité Turístico y fuera de éste, en las situaciones de manejo de recursos financieros y de equipamiento. Para ello se requiere compromiso de cada actor para hacer que aquello plasmado sea una realidad, lo cual resulte en la viabilidad de la creación, mantenimiento y fortalecimiento de este tejido asociativo.

### **4. Factores de Éxito**

- **Poseer una visión clara y estratégica de las fortalezas propias y la de sus posibles socios:** Para la integración de los actores turísticos, sus servicios y productos en el diseño de la ruta turística, se requiere de una identificación de las fortalezas que tanto los miembros como el Comité tienen y que ejecutan durante el desarrollo de la ruta turística. Para ello se apoya en la siguiente información (Cuadro 12. Descripción fortalezas identificadas de los sectores del Comité Turístico).

Cuadro 12. Descripción fortalezas de los Sectores del Comité Turístico

Sector	Fortalezas
<b>Agencia de viajes Opensky Viajes y Turismo</b>	Excelente servicio al cliente, calidez de los empresarios, capacitaciones recibidas y ubicación estratégica
<b>Agencia de viajes Avianca</b>	Servicios de calidad respaldados por el cumplimiento de las normas y registros requeridos en turismo y comercio, cuentan con un posicionamiento, servicios sin índices de estacionalidad turística y ubicación estratégica
<b>Agencia de viajes Transrecreacionales</b>	Ubicación estratégica, excelentes valores empresariales y registros turísticos actuales
<b>Agencia de viajes Viajes Guzmán</b>	Excelentes condiciones de la infraestructura y equipamiento, continua innovación en el portafolio de servicios y ubicación estratégica
<b>Agencia de Viajes Frontera Tours</b>	Tarifas y paquetes promocionales, ideales equipos de información, adecuada infraestructura y ubicación estratégica
<b>FUDETES</b>	Desarrollo de proyectos de innovación, variado portafolio de servicios, excelente capital humano
<b>Asociación Pumamake</b>	Prácticas de fortalecimiento del territorio y de la riqueza existente, experiencia en la actividad turística local, servicios de consultoría y oferta de productos agroecológicos

- **Considerar y evitar los posibles riesgos de la asociatividad:** los riesgos que se identifican en la ejecución de la propuesta de la ruta turística son:

Cuadro 13. Posibles riesgos del Comité Turístico

Riesgos	Acciones preventivas
Crecimiento ventajoso de una empresa sobre las demás	*Fomentar la retroalimentación *Control y seguimiento de las actividades y resultados *Establecimiento de un manual de obligaciones y deberes de los actores turísticos

- **Especificación de la delegación de tareas y los distintos puestos de trabajo:** Para llevar a cabo el funcionamiento de la propuesta indicada, el trabajo en equipo y el fortalecimiento de la red de servicios turísticos son posibles si cada actor establece claridad acerca de las funciones, servicios y responsabilidades desde cada lugar dentro de la ruta turística. Sin embargo el Gerente previamente ha establecido la delegación y definición de los compromisos adquiridos.
- **Dotar el gerenciamiento de cierta flexibilidad:** para la estructuración de la ruta turística, la flexibilidad de la gerencia se evidencia en un ejercicio capaz de adaptarse a las condiciones de cooperación, para ello es propicio el logro de una recopilación de la información de cada integrante del Comité Turístico para una toma de decisiones que respete la democracia, con los debidos aportes de ideas, sugerencias y conocimientos de los actores turísticos, de tal forma exista un sentido de construcción conjunta para esta propuesta.
- **Debe existir un importante grado de confianza entre los socios:** La confianza que se transmite en el medio externo depende del ambiente al interior de la asociatividad. Cada actor debe lograr la confianza en los productos y servicios ofertados en la ruta turística así como la calidad de su ejercicio, para lograr una credibilidad en el momento de recomendar y promocionar los diferentes sectores y la propuesta en general.
- **Considerar las variables que afectan el “ciclo de vida” del acuerdo:** la ruta turística en su proceso de promoción y desarrollo, puede verse afectado por la inestabilidad en los mercados de los sectores en los que se opera, ya sea por factores sociales como son posibles casos de

inseguridad en la ciudad que pongan en peligro la visita de personas. Para ello el Comité Turístico debe contar con planes de gestión de riesgos donde los actores turísticos identifiquen las situaciones que pueden impedir la práctica de las iniciativas.

### **Conclusiones.**

Al finalizar el desarrollo de este objetivo se puede concluir que en la formulación del funcionamiento de una Red de Servicios Turísticos plasmados en el Comité Turístico, es fundamental contar con información respecto a cada uno de los actores turísticos, datos que estructuran la situación actual empresarial y turística para poder definir los elementos que son indispensables para el inicio del diseño del funcionamiento de la articulación, como es su vocación, objetivos, principios, beneficios teniendo en cuenta las fortalezas, oportunidades y aspectos a mejorar para cada sector participante, donde los factores de éxito brindan las bases necesarias para el ejercicio.

Todo lo anterior es posible si el Comité Turístico estructura una organización interna, liderada por una persona que guíe la creación, mantenimiento y fortalecimiento de esta asociatividad. También es importante mencionar que al momento de llevar a la práctica toda la información previamente analizada y organizada es fundamental el compromiso de los miembros y la transparencia en los diferentes procesos de intercambio de información que desencadenen lazos de confianza e impulsen una cooperación de las voluntades ante tradicionales formas de proceder empresarial.



## 2.2.6 Recolección y análisis de la información obtenida: Estructuración 5 objetivo

“Atender a los clientes y todo usuario del P.I.T respondiendo a sus expectativas con relación a la información turística del producto local.”

Inicialmente se define y aprueba el Proyecto de Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores turísticos en la ciudad de Ipiales, con la voluntad de apoyo y atención en el PIT (Punto de Información Turística) en el sector fronterizo de Rumichaca, para el cual se lleva a cabo su práctica por un periodo de tiempo y posteriormente desde las instalaciones de la Cámara de Comercio de la ciudad de Ipiales se continúan las actividades respectivas al apoyo de funcionamiento en el Departamento de Planeación y Proyectos.

Se procede a la descripción del proceso que se llevó a cabo con relación a la Atención a la atención en el PIT.

**Punto de Información Turística. Concepto.** Por medio de fuentes y documentos en la Cámara de Comercio, permite obtener lo siguiente:

Establecimiento físico que brindará a visitantes nacionales e internacionales información turística de excelente calidad, el cual:

\*Contará con personal de atención idóneo en el tema de turismo

\*Suministrará al usuario la información de calidad, que le permita orientarse y conocer de manera rápida y eficaz aspectos específicos relacionados con los diferentes productos y destinos de Colombia

\*Fortalecerá la estrategia de promoción turística de la región y del país

Lo que se brinda a través de la implementación del PIT es lograr que el visitante regrese al país, a través de la promoción de los lugares de Colombia de interés potencial.”

**Implementación: Cámara de Comercio de Ipiales y FONTUR.** Con la alianza estratégica de FONTUR y la Cámara de Comercio de Ipiales a partir del año 2013 se implementa la instalación de un Punto de Información Turística interior en la terminal de transportes de Ipiales, el cual para el aprovechamiento del número de turistas visitantes y su paso por la frontera, en el año 2015 el PIT tiene atención desde Rumichaca hasta la fecha.

#### **Atención en el PIT**

- Duración: 1 semana
- Fecha: 28 septiembre – 2 octubre , año 2015
- Horarios: 8:00 am- 12:00m y 2:00pm- 6:00pm

#### **Actividades**

✓ **Preparación del lugar y material turístico:** Corresponde a la apertura y cierre del lugar ubicado en Rumichaca en la frontera con el país de Ecuador. A partir de las 8:00 am se disponía para la adecuación del lugar, la debida señalización exterior del mismo para su identificación por parte de los turistas y la comunidad en general. Al interior del PIT con los equipos instalados, lo siguiente era la organización del material de promoción turística del país de Colombia y referencias principales del país de Ecuador.

### **Material promocional**

\*Lugares: Colombia en general, zonas geográficas, departamentos y ciudades

\*Temas: Ferias y fiestas tradicionales, eventos alegóricos a la religión y gastronomía, rutas ancestrales y ubicación turística

\*Material: plegables, flayers, volantes y carteles

El material es garantizado por el sello de FONTUR y la marca turística Colombiana según los años de campaña turística; su organización tiene en cuenta espacios adecuados que caracterizaran el lugar, tema y tipo de material promocional (Anexo 24. Material Turístico Promocional. Material de Colombia).

Al cumplimiento del horario en las horas de la tarde, se realiza la verificación del estado y las condiciones del PIT, asegurando las herramientas y demás materiales al interior de la edificación.

□ **Promoción e información turística.** Esta actividad es el objeto y razón de existencia del PIT, entre otros. El material al interior de la instalación tiene la función de promoción del territorio colombiano y según la ubicación dada corresponde dar a conocer el departamento de Nariño y la ciudad de Ipiales a través de la información brindada con gráficos, mapas y datos importantes.

El proceso de atención a los turistas cobra vida con una a o varias personas que se acercan al PIT en calidad de turistas nacionales o extranjeros que por lo general procedían de países europeos y del vecino país Ecuador, los motivos de visita eran de tipo comercial, turismo familiar, religioso o de aventura en el cual la parada en la ciudad significaba puntos de descanso al tener definidas largas rutas de viaje por el continente suramericano. Los periodos de mayor afluencia de visitas y consultas al PIT identificados son:

- Jornada de la mañana: 10:00 - 11:00 am
- Jornada de la tarde: 4:00 – 5:00 pm

Teniendo en cuenta las diferentes razones del desplazamiento de visitantes y turistas, se dispone de forma gratuita el material turístico correspondiente a las necesidades de información de las personas, adicionalmente la atención para sugerencias o solicitudes por el mejoramiento en la prestación del servicio.

La entrega del material de información se efectúa según el lugar solicitado para la promoción del país y el departamento de Nariño, además de adjuntar el mapa geográfico y turístico de cada uno de ellos brindando datos estratégicos de la ciudad de Ipiales como: lugares de hospedaje y alimentación, establecimientos de comercio y medios de transporte, tarifas y rutas existentes.

**Registro Turístico.** Además de la promoción e información turística, en el PIT se realiza un control estadístico con fines de producción de datos turísticos, los cuales permitan establecer indicadores de la industria como lugares de visita y procedencia, edad de los turistas, tiempo de estadía, entre otros.

Para ello en el PIT se cuentan con formatos de registros de visitas de los turistas, para ser diligenciado con información básica y precisa por cada una de las personas que hacen uso del Punto de Información Turística.

Los controles estadísticos reciben un análisis mensual a través de informes que detallen la dinámica de la actividad turística en el lugar de ejercicio, de igual forma las solicitudes de adquisición para material y herramientas de promoción se efectúan en el mismo periodo

Finalmente ante la situación económica del país ecuatoriano, reflejada en los altos índices de afluencia de personas del vecino país fronterizo hacia la ciudad de Ipiales, es creciente la necesidad de elementos de apoyo de datos que puedan usar como guía de ubicación y de destinos. A raíz de esta situación la Cámara de Comercio de Ipiales decide iniciar la elaboración del primer Mapa Turístico y Comercial de Ipiales con ello se dirigen las actividades correspondientes de

apoyo en la continuación de esta propuesta y otras acciones desde las instalaciones de la Entidad en el marco del Departamento de Planeación y Proyectos.

**Apoyo para el Departamento de Planeación y Proyectos de la Cámara de Comercio de la ciudad de Ipiales.**

Este objetivo se desarrolla paralelo a la estructuración del proyecto de articulación turística; en este sentido está relacionado con las diferentes actividades que se apoyaron desde su realización en la Cámara de Comercio de Ipiales.

**Actividades**

**Mapa Turístico.** El Mapa Turístico es una herramienta de promoción turística y comercial dirigido a turistas nacionales y extranjeros, contiene información importante de agentes turísticos tales como hoteles, restaurantes y agencias de viajes, datos de espacios de recreación y diversión, lugares de atención al ciudadano, entidades de salud y establecimientos comerciales entre otros. Es un completo portafolio de servicios con un diseño estratégico para la ubicación de la información requerida.

Cabe destacar que en la fecha de llegada a las instalaciones de la Cámara de Comercio de Ipiales, los directivos de la Entidad y del Departamento de Planeación y Proyectos ya habían iniciado una propuesta en el diseño y elaboración del mapa. Para lo cual los aportes que se llegaron a realizar en cuanto a información, ideas y conocimiento complementaron el trabajo adelantado.

A continuación se describe el proceso definido para el ejercicio de la propuesta turística y comercial.

**Planeación. Información:** Durante el periodo del mes de septiembre que comprende del 15 al 25 del mes se realizó la búsqueda y recolección de fuentes de datos respecto a hoteles, restaurantes, agencias de viajes y de transporte, establecimientos comerciales y bares de la ciudad de Ipiales.

- **Información.** Para ello se solicitaron las bases de datos en la oficina de registro de la Cámara de Comercio de Ipiales correspondientes con información acerca de nombres de establecimientos y propietarios, dirección de contacto y teléfono.

Inicialmente se obtienen numerosas listas de registros de los lugares de funcionamiento comercial y turístico, por lo tanto se decide efectuar una depuración con la verificación y confirmación de la existencia las empresas.

A través de una plantilla de Excel se organiza la información a medida que se incorpora nuevos datos como son aquellos relacionados con lugares de recreación, de salud, atención al ciudadano y centros de servicio automotor debido a la caracterización de ciudad frontera. La calidad de ciudadanos de los funcionarios del Departamento de Planeación y Proyectos esa región propició la identificación de este tipo de datos. Al tenerse las listas definitivas se inician los procesos de diseño del Mapa Turístico y Comercial. (Anexo 25. Organización de la información).

- **Diseño.** Desde el 1 hasta el 9 del mes de Octubre se realiza la propuesta del primer borrador del modelo del Mapa Turístico y Comercial. Para ello se obtienen diseños del mapa turístico de la ciudad de Medellín, ciudad y región líder en el desarrollo turístico de Colombia; de este modelo de propuesta se basó para el diseño el Mapa de Ipiales, la idea de la ubicación alfa-numérica. y para la caracterización de los agentes y atractivos turísticos se apoyó en el esquema de funcionamiento de la página web turística de la ciudad de Popayán. Finalmente a través de la Alcaldía Municipal se obtiene el mapa urbanístico de la ciudad de Ipiales para implementar el modelo de las calles y carreras actuales.

Con toda la información reunida, la empresa de diseño e impresiones “Osmag Impresores” aliada con la Cámara de Comercio dispone de su mejor compromiso para plasmar la propuesta indicada. (Anexo 26. Modelo mapa turístico y comercial borrador).

**Estructuración de información y Mercadeo.** En el periodo que corresponde del 13 al 29 de Octubre, se elaboraron los oficios dirigidos a las empresas identificadas en las listas de registro para el Mapa Turístico y Comercial, en primer lugar se llevaron a cabo las correcciones de contenido con apoyo del Presidente Ejecutivo de la Entidad el Doctor Harold Delgado; se realizaron dos modelos de oficios uno de ellos para empresas con un solo establecimiento en la ciudad y el otro formato dirigido a mercados con manejo de varios negocios (Anexo 27. Oficio corregido por el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Ipiales y correcciones adicionales).



Es importante mencionar que la Cámara de Comercio de la ciudad de Ipiales adquiere el compromiso de la impresión de 100.000 ejemplares del Mapa, con el fin de promoción en cada empresa y para los turistas.

En el mes de noviembre contando con el borrador del mapa turístico elaborado e impreso, con los oficios respectivos y con la cantidad según las empresas en lista, se lleva a cabo la promoción de espacios publicitarios en el Mapa Turístico y Comercial, para ello se dispone del apoyo de un promotor de ventas de la Cámara de Comercio para compartir las actividades de visita a cada una de las empresas identificadas.

En esta actividad se ocuparon las cuatro semanas del mes, sin embargo para el día martes 17 del mes se presentó un material de promoción audiovisual del mapa en el PIT con la participación del Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio, Jefe del Departamento de Planeación y Proyectos, la Profesional en Turismo y el encargado de atención en el PIT se llevó a cabo un espacio dinámico con interacción de los turistas en la introducción del mapa con la guía del experto de medios audiovisuales quien desarrolló una grabación profesional del material obtenido (Anexo 28. Promoción Mapa Turístico en el PIT, Rumichaca).

Siguiendo con el proceso de las visitas empresariales previamente se organizan los lugares a visitar correspondientes a cada persona, esta acción se efectúa de la siguiente manera.

Elementos: oficios originales y fotocopias, formatos de control de registro, borrador del Mapa Turístico y Comercial, facturas de venta. (Anexo 29. Registro visitas concepto: Mapa Turístico y publicidad empresarial).

Al realizar las tareas de promoción anteriormente mencionadas, se dispone de un listado de empresas de los sectores: hoteles, agencias de viajes, restaurantes, transporte y comercio quienes pautaran sus datos en el diseño de la propuesta turística y comercial, para su debido control se cuenta con un registro de las mismas con información del proceso de ventas. Se presenta el listado de las empresas y pagos correspondientes. (Anexo 30. Registro de visitas a empresas. concepto: cuentas de cobro).

Con la introducción de los datos precisos de las empresas que definitivamente participarían con la promoción del mapa Turístico y Comercial, cambios de contenido y correcciones del diseño en cuanto a colores, espacios, tamaño de letra e imágenes provenientes de aportes por parte de los funcionarios y del Presidente Ejecutivo de la Entidad se envían para su introducción al borrador inicial en la empresa de diseño.

Las áreas del mapa que representan los diferentes sectores y entidades oficiales para fuente de información turística del Mapa Turístico y Comercial son:

- Atractivos Turísticos

\*Templos principales

\*Parques principales

\*Centros deportivos y recreativos

\*Bibliotecas y museos

Marco Institucional

\* Entidades representativas

- Servicios Básicos

\*Salud

\*Organismos de seguridad y protección

\*Centros de transporte

\*Transporte municipal

- Agentes Turísticos

- Hoteles

- Sector comercial

- Restaurantes

- Agencias de viajes

Información importante

\*Eventos tradicionales

\*Sitios destacados

Estaciones de servicio y talleres de asistencia técnica

**Diseño final y promoción.** El mes de diciembre se destina para la obtención del modelo final del mapa Turístico y Comercial la entrega de volúmenes determinados a las empresas que pautaron el espacio en la iniciativa, de igual manera se dispone para la promoción y entrega a los turistas.

Los últimos cambios realizados se relacionan con datos respecto a la fijación de tarifas de hoteles y restaurantes de la ciudad de Ipiales y de las Lajas, servicios de parqueaderos públicos gratuitos y costos promedios de algunos e información de la nueva implementación del pico y placa.

Respecto a la lista de las empresas, para tener certeza de los verdaderos datos del nombre del establecimiento, dirección y teléfono se encuentran correctos, se realiza de manera telefónica y personal alrededor del día jueves 10 del mes presente la verificación en cada uno de los sectores anteriormente nombrados y como respaldo se lleva una lista titulada “Acta de confirmación direcciones entrega mapa turístico y comercial de Ipiales”, en la cual se efectúan las correcciones indicadas con la debida firma de los representantes empresariales. (Anexo 31. Diseño final Mapa Turístico)

A partir del 15 hasta el día 30 del mes de Diciembre se lleva a cabo la entrega del Mapa Turístico y Comercial. Al recibir los primeros volúmenes impresos de los 100.000 establecidos del modelo oficial del mapa en la semana comprendida del 15 al 18 del mes, se organizan paquetes para su entrega de 50 individuales.

Para la entrega del material promocional a las empresas es necesario tener cancelado la totalidad del costo acordado, con ello los días 21,22 y 23 se utilizan para la finalización de cobros por parte de las personas encargadas y con apoyo de los funcionarios del Departamento de Planeación y Proyectos adicional al ejercicio mencionado, los tres miembros trabajan en equipo en la entrega y promoción del Mapa Turístico y Comercial en puntos estratégicos de la ciudad tales como el PIT, puente de Rumichaca, centros comerciales, calles principales y centros de atención al ciudadano, en este caso se realizó la explicación de funcionamiento del Mapa, características y usos a los turistas que marcaban afluencias de visita nunca antes vista.(Anexo 32. Lista de registro de empresas y cancelación total de costos).

De igual forma y para cerrar la actividad de promoción hasta el día 30 de Diciembre al recibir el volumen total de ejemplares del Mapa, se continuó la entrega obteniendo reconocimientos por la iniciativa emprendida por parte de algunos habitantes locales y turistas nacionales, lo que refiere a los visitantes ecuatorianos fue posible identificar en un principio desconfianza en el acercamiento durante la entrega sin embargo con total agrado se llevó a cabo el proceso. (Anexo 33. Promoción mapa turístico en lugares estratégicos de la ciudad de Ipiales

## **Conclusiones**

Las actividades desarrolladas con la Cámara de Comercio, estuvieron orientadas como apoyo a las diferentes funciones que en la Entidad y el Departamento de Planeación y Proyectos se definen. Las experiencias adquiridas, el aprendizaje obtenido y la oportunidad de aplicar los conocimientos académicos en ámbitos relacionados con el turismo, son algunos beneficios que vale la pena mencionar, sin dejar atrás el aporte esencial que significó la participación en la atención en el Punto de Información Turística y en la elaboración y promoción del primer Mapa Turístico y Comercial de la ciudad de Ipiales, el cual se describe como el contacto directo con el medio local y las relaciones humanas establecidas desde la perspectiva turística, donde el acceso a la industria turística se caracterizó por estar vinculada desde las personas en calidad de turistas locales, nacionales e internacionales, con sus necesidades y expectativas, luego el acercamiento con los productos y servicios demandados y la cadena de valor que traen consigo, y finalmente con la mayoría de las empresas, asociaciones, fundaciones y entidades que pertenecen al sector turístico, tales como las agencias de viajes, hoteles, restaurantes, sector comercial, centros recreativos, entre otros.

De tal modo la interacción social y empresarial efectuada a lo largo de la Práctica Profesional, arrojó el espacio para obtener información acerca de la situación de la actividad Turística en la región, desde los aspectos sociales, económicos y culturales.

Todo lo anterior fue fundamental para el desarrollo del proyecto de articulación turística, en lo que se refiere antes de, durante y después su ejecución, en efecto, se contó con el espacio en la entidad y a partir de su competencia, el marco ideal para que diseñar una estrategia permanente de articulación con los actores turísticos de la ciudad de Ipiales fuera posible.

### 3 Conclusiones Finales

El turismo es una industria que representa oportunidades de crecimiento y de impulso para la economía de las regiones, a nivel cultural, social, empresarial, entre otros. Esta actividad ha alcanzado su máxima expresión cuando su ejercicio es de proyección hacia grandes magnitudes de cubrimiento de mercados globales. Un factor que ha regido dichos beneficios ha sido la capacidad de integrar y articular los diferentes renglones de los sectores que ofertan productos y servicios turísticos es la realización de alianzas estratégicas que fortalezcan y complementen las funciones empresariales.

En un marco local y de caracterización de la realización de este proyecto, la ciudad de Ipiales presenta un mínimo en índices de aprovechamiento de todo el potencial que la región lleva implícito. Por ello es totalmente viable la concepción de un diseño de una articulación turística, como es el Comité Turístico, que ante la desconfianza, falta de conocimiento y de experiencia en las formas de cooperación turísticas por parte de la cultura empresarial además de ejercicios bajo marcos de competencia, es fundamental que los actores turísticos integrantes de la asociatividad que presentan interés e estas iniciativas, no solamente comprendan la necesidad de un apoyo cooperativo, sino que permitan una credibilidad del funcionamiento del Comité Turístico para que el compromiso sea continuo y no emocional e itinerante. Con ello se garantiza se garantiza el cumplimiento de cada objetivo propuesto para la estructuración final de su funcionamiento, además de sugerir flexibilidad para compartir información de cada miembro y respectivo sector para lograr una operación conjunta.



Se cuenta entonces con el logro en el diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores turísticos de la ciudad de Ipiales, una asociatividad conformada por once personas en representación de diez empresas, asociaciones y fundaciones. El título de Comité Turístico adquiere un importante significado para la región al caracterizarse como el primer espacio según su forma de consolidación en que diferentes sectores del turismo le apuestan a una forma alternativa de trabajo en equipo bajo una razón en común como es el desarrollo turístico de la ciudad de Ipiales.

Finalmente el Comité Turístico es una articulación que traza un alcance a largo plazo y que posibilita la realización de una participación solidaria en diversas expresiones en las que el turismo abarca y que son de gran impacto para una economía.

Este proyecto actualmente se encuentra en las fases previas de estructuración y organización donde se visualiza sus beneficios y la manera de operación, por ello es necesario contar con personal idóneo según el contexto del Comité Turístico para su posterior implementación de tal manera que los actores integrantes evidencien en la práctica el sentido de la formulación de funcionamiento diseñada.

## Referencias

ARTICULACIÓN PRODUCTIVA: UNA MODALIDAD DE ACTUACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO PRODUCTIVO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES.

[Online], 2013 [Citado: sept., 2015]. Disponible en Internet:

<http://www.latameconomy.org/es/outlook/2013/production-linkages-clusters-and-global-value-chains-seeking-answers-for-smes/production-linkage-a-course-of-action-to-improve-smes%E2%80%99-production-performance-and-competitiveness/>

ENSAYO: APORTES PARA UN MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA REGIÓN ANDINA. [Online], 2013 [Citado: sept., 2015]. Disponible en Internet:

[http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&script=sci\\_arttext](http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&script=sci_arttext)

<http://www.gestiopolis.com/>

THOMPSON, Ivan. Tipos de Organigramas. [Online], 2012 [Citado: 01, 08, 2015] Disponible en Internet: <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

TORRES, Santiago. Asociatividad en PYMES en el Sector Turístico. (Trabajo de grado para optar al título de Licenciado de Turismo). Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.); 2003. [Online], 2003. [Citado: 15, nov / dic 2015]. Disponible en Internet: <http://nulan.mdp.edu.ar/1143/>

[www/files/CGR-Perfil-Gerente-Turismopdf](#)

<http://www.cciptales.org.co>


[www.gestipolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/](http://www.gestipolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/)

[www.unsa.edu.pe/empresarial/archivos/backus3.pdf](http://www.unsa.edu.pe/empresarial/archivos/backus3.pdf)

<http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

## **Anexos**

# Anexo 1. Informe de conformidad con las actividades realizadas en la Cámara de Comercio de Ipiiales

<p><b>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DIRIGIDAS A LA PRACTICA PROFESIONAL EN TURISMO EN LA CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES</b></p> <p>La práctica profesional de la estudiante Paola Sofía Delgado Muñoz se llevó a cabo en la Entidad con el propósito de desarrollar la propuesta del proyecto "Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo y atención en el Punto de Información Turística de la Cámara de Comercio en la ciudad de Ipiiales, Nariño" para optar el título de Profesional en Turismo en la Universidad del Cauca, lo anterior tuvo cumplimiento mediante la realización de actividades de funcionamiento del Departamento de Planeación y Proyectos que propiciaron la aplicación de los conocimientos académicos adquiridos en el área de turismo y establecieron espacios que apoyaron el desarrollo del proyecto en mención. A continuación se describe el trabajo efectuado con la debida asesoría del personal encargado, como es John Jairo Suarez, Jefe del Departamento de Planeación y Proyectos.</p> <p><b>Actividad Proyecto de Grado</b></p> <p>"Diseño de una estrategia permanente para la articulación de los actores del turismo y atención del punto de Información Turística de la Cámara de Comercio en la ciudad de Ipiiales, Nariño"</p> <p><b>Objetivos cumplidos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Se caracterizó los actores del Turismo en la Ciudad de Ipiiales, esta actividad se llevó a cabo durante los meses de septiembre y octubre del año 2015 con el consolidado de una lista de registro con los datos personales y empresariales de 22 actores turísticos con</li></ul>	<p>interés en información detallada y/o participación en el proyecto de articulación después de la respectiva socialización de la propuesta dirigida por la pasante y con el respaldo de la Entidad.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Se identificó los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiiales. Para el logro de este objetivo fue necesario efectuar un segundo evento para obtener una lista con dieciséis actores comprometidos con la vinculación en la conformación del proyecto dirigido a la formación del Comité Turístico. La identificación de los avances se desarrolló con la debida formulación y aplicación de entrevistas por la pasante para la recopilación de la información requerida. El objetivo tuvo lugar en los meses de octubre, noviembre y diciembre.</li><li>Se estructuró la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiiales. Para su cumplimiento en los meses de diciembre y enero, la pasante caracterizó a nivel empresarial por medio de un análisis FODA con las temáticas de oferta y demanda de productos y servicios turísticos a los dieciséis actores identificados.</li><li>Se estructuró la propuesta de cómo debería funcionar una Red de Apoyo de Servicios Turísticos entre los actores identificados como respuesta a la estrategia de articulación. Para abordar la ejecución de este objetivo la estudiante elaboró un entregable para guiar el funcionamiento del Comité Turístico, estructurado por la propuesta de un organigrama organizacional, objetivos, el alcance, beneficios y factores de éxito. Lo anterior se argumenta en una iniciativa de producto turístico del Comité que reúne, integra</li></ul>
<p>y evidencia la manera de utilizar en cooperación los servicios y la información obtenida de los actores involucrados con la aplicación del contenido del entregable de funcionamiento de la articulación. Este objetivo se estructura en el mes de septiembre del año 2016.</p> <p>Es importante mencionar que finalmente el Comité Turístico de Ipiiales al término de todos los objetivos, cuenta con la vinculación de once actores turísticos en representación de diez empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Se brindó atención a los clientes y todo usuario del P.I.T respondiendo a sus expectativas con relación a la información turística del producto local. Durante el periodo de una semana, finalizando el mes de septiembre y a principios del mes de octubre, la pasante en Turismo ejerce desde el Punto de Información Turística las siguientes actividades:</li></ul> <p><b>1. Atención en el Punto de Información Turística:</b> en el cual cumple con las siguientes labores</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Promoción de material turístico con información del producto turístico regional y nacional</li><li>✓ Registro de visitas</li></ul> <p>Teniendo en cuenta la temporada decembrina y la situación económica en el país de Ecuador, la Cámara de Comercio de Ipiiales impulsa ante la alta afluencia de turistas del vecino país, la elaboración de un Mapa Turístico y Comercial que permita a los visitantes la ubicación de los sectores turísticos con sus servicios especializados, áreas de esparcimiento y comercio, entidades públicas y de atención al ciudadano, entre otros. Para ello la</p>	<p>estudiante dispone su apoyo en la entidad a partir del mes de septiembre hasta el mes de diciembre para la realización de lo siguiente:</p> <p><b>2. Apoyo en la elaboración del Mapa Turístico y Comercial de la ciudad de Ipiiales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Diseño del modelo alfa numérico del Mapa Turístico y Comercial</li><li>✓ Elaboración guía de información turística</li><li>✓ Promoción del material creado en puntos estratégicos de ubicación para el turista</li></ul> <p>Cabe resaltar que la pasante Paola Sofía Delgado Muñoz, además de su ejercicio en el área turística, cumplió para el Departamento de Planeación y Proyectos el apoyo con la participación en diferentes actividades de misión comercial referente en la convocatoria y promoción, logística en la organización de eventos internos y externos, tabulación de encuestas de satisfacción y organización de la información respectiva.</p> <p>Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el tiempo estipulado, en calidad de asesor empresarial, se indica conformidad en el desempeño para el trabajo caracterizado por la estudiante.</p> <p> Eco. JOHN JAIRO SUAREZ VILLEGAS JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PLANEACION Y PROYECTOS</p>

## Anexo 2. Modelo base de datos Sector Agencia de Viajes

271	FICHA: BASE DE DATOS DE LA CARACTERIZACIÓN DE LOS ACTORES DEL TURISMO DE LA CIUDAD				
272	AREA: AGENCIA DE VIAJES				
273	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	E-MAIL	CONTACTO-PROPIETARIO
274	AVIATURIPIALES	AVENIDA 19 NO. 4-62	7738621	elizabethmorales@aviatur.com	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AVIATUR S.A.
275	COSTA Y MAR TRAVEL J.N. AGENCIA DE VIAJES	CALLE 16 # 6-68	7256513	costaymaripiales@hotmail.com	SANCHEZ CHITAN NANCY YANETH
276	VALENCIA TORRES LTDA	CALLE 16 NO. 6 - 48	7732241	valtorre@telesom.com.co	VALENCIA TORRES LTDA
277	GRANERO ELIANA S.D.	CR 2 # 2-61 LOS CHILCOS	7730138		MORAN CHAMORRO GLORIA DEL CAMEN
278	EDUARDO BOTERO SOTO S.A.	CALLE 65 NO. 56-178	7253548	boterosoto@boterosoto.com.co	EDUARDO BOTERO SOTO S.A.
279	AGENCIA DE VIAJES COLOMBIA TOURS	KM 1 PUENTE INTERNACIONAL RUMICHACA	3186934544	edgarcia1325@hotmail.com	GARCIA EDGAR
280	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO TUS MEJORES	CARRERA 5 NUM 19-08 EDIFICIO SANTANDER OF 303	3003805187	loren.slogan@hotmail.com	CASTILLO PRECIADO LORENZO GABRIEL
281	OPEN SKY VIAJES Y TURISMO	URBANIZACION ANDALUZ CASA B CASA 9		elzroc_@hotmail.com	OBANDO ROSERO ELISABETH DEL ROCIO
282	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ELISA RUALES	CARRERA 3 NO. 12 A-39 B/ BELLAVISTA	3174246157	tourselisaruales@gmail.com	RUALES MARIA ELISA
283	SELVA VIAJES Y TURISMO LTDA.	CARRERA 20 # 11-46	7250408	iji-selviajesyturismo@hotmail.com	SELVA VIAJES Y TURISMO LIMITADA
284	INTEGRAL TOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISM	CALLE 16 N.7-77	7730171	integraltours@hotmail.com	ERAZO ALMEIDA BEATRIZ JOHANNA
285	TOURS RECREACIONALES INTERAMERICANOS	CALLE 15 # 11-15	3154751371	toursrecreacionales@hotmail.com	CHALAPUD NELLY AMPARO
286	SOCIEDAD PRESS BURGUER S.A.S.	CR. 6 #16 - 32	7733183	pressburger2014@gmail.com	SOCIEDAD PRESS BURGUER S.A.S.
287	ARMATOUR	CRA 3 NO. 13-36			INSUASTY JACOME NANCY YOLANDA
288	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO NUBES VERDES	CARRERA 5 NO. 7-48 BARRIO GOLGOTA	3219457680	nubesviajera26@gmail.com	INVERSIONES S.A.S. 3000
289	AGENCIA DE VIAJES GLOBAL ONE	CARRERA 7 NO. 9-39 LOCAL 112 A		globalone.gerencia@gmail.com	REVELO MONTENEGRO GALO ALIRIO
290	AEROTKETS LA FRONTERA	CALLE 19 CASA 03 VIA RUMICHACA	7251731	sigjr@yahoo.com	ROBLES TENGAMAN SANDRA PATRICIA
291	COLOMBIA TRAVEL NARIÑO	URB CAMINOS DE ARAGON II MZ A CA 22		dianaburgos18@hotmail.com	BURGOS FREIRE DIANA CAROLINA
292	AGENCIA DE VIAJES Y TELECOMUNICACIONES	CALLE 13 NO. 5-19 EDIFICIO MUÑOZ OFICINA 101	7752659	agenciatravels@gmail.com	REALPE LOPEZ ERICA LISETT
293	ALESA TOURS	CL 16 A 41-30	3154610239	alesatours@hotmail.com	

Anexo 3. Listado asistencia al evento de Desarrollo de Productos Turístico

NT

TODOS POR UN NUEVO PAIS Todos por IpiALES FONTUR COLOMBIA Cultura & Turismo

OBJETO: "DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA IPIALES- CORREDOR TURISTICO HACIA EL SANTUARIO DE LAS LAJAS"

TALLER:

FECHA Y LUGAR: Casa de la Cultura - Municipio de Ipiales- departamento de Nariño

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CEDULA	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	EMPRESA	FIRMA
	ADRIANA MORALES	37004550	317347467	ADRIANA.MORALES@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	ADRIANA MORALES
	GERARDO ROSERO	5247150	317347467	GERARDO.ROSE@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	GERARDO ROSERO
	Ricardo Obando	1301020	301540908	ricardo@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Ricardo Obando
	Gloria Inés Hinojosa	29834049	3154431028	gihinojosa@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Gloria Inés Hinojosa
	Juan de Dios López	12949288	316781250	juan@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Juan de Dios López
	Milán Morán	103224366	316209571	milan@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Milán Morán
	Alfonso Vélez	51830419	314708083	alfonso@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Alfonso Vélez
	Felipe Velasco	59832005	304544331	felipe@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Felipe Velasco

NT

TODOS POR UN NUEVO PAIS Todos por IpiALES FONTUR COLOMBIA Cultura & Turismo

OBJETO: "DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA IPIALES- CORREDOR TURISTICO HACIA EL SANTUARIO DE LAS LAJAS"

TALLER:

FECHA Y LUGAR: Casa de la Cultura - Municipio de Ipiales- departamento de Nariño

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CEDULA	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	EMPRESA	FIRMA
	Jorge Luis Bravo	87103733	87103733	jbravo@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Jorge Luis Bravo
	Felipe de la Cruz	1301361	318391200	felipe@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Felipe de la Cruz
	Zaira Jiménez	31009123	318391200	zaira@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Zaira Jiménez
	DARCO A. ENRIQUEZ	89219933	3015627890	darco@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	DARCO A. ENRIQUEZ
	José Elías Ortega	98337251	314799169	jortega@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	José Elías Ortega
	Sandra Alvarez	31861319	317450556	sandra@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Sandra Alvarez
	María Inés	31820587	312847111	maria@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	María Inés
	Andrés José	89712344	3176665006	andres@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Andrés José

NT

TODOS POR UN NUEVO PAIS Todos por IpiALES FONTUR COLOMBIA Cultura & Turismo

OBJETO: "DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA IPIALES- CORREDOR TURISTICO HACIA EL SANTUARIO DE LAS LAJAS"

TALLER:

FECHA Y LUGAR: Casa de la Cultura - Municipio de Ipiales- departamento de Nariño

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CEDULA	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	EMPRESA	FIRMA
	Sandra Patricia	3180599	314553860	sandra@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Sandra Patricia
	Carolina Pérez	10737030	317010000	carolina@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Carolina Pérez
	José Humberto Guzmán	12011641	3177610756	jguzman@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	José Humberto Guzmán
	Martha Bedoya	31011232	3182000310	martha@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Martha Bedoya
	Fredy Velazquez	31008692	3153439994	fredy@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Fredy Velazquez
	Nicolás Martínez	108590652	3155831501	nicolas@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Nicolás Martínez
	Erika Paola	1081081630	3163861644	erika@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Erika Paola
	Carolina de la Cruz	87247244	3173467428	carolina@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Carolina de la Cruz

NT

TODOS POR UN NUEVO PAIS Todos por IpiALES FONTUR COLOMBIA Cultura & Turismo

OBJETO: "DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA IPIALES- CORREDOR TURISTICO HACIA EL SANTUARIO DE LAS LAJAS"

TALLER:

FECHA Y LUGAR: Casa de la Cultura - Municipio de Ipiales- departamento de Nariño

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CEDULA	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	EMPRESA	FIRMA
	Melba Alarcón	10631634	322661111	melba@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Melba Alarcón
	Maria Estela Riquelme	36999778	3156049892	maria@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Maria Estela Riquelme
	Alicia del Carmen Cepeda	31221254		alicia@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Alicia del Carmen Cepeda
	Bianca Vivas	31001104	355902650	bianca@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Bianca Vivas
	Luz Cristina Vélez	36999778	3188212556	luz@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Luz Cristina Vélez
	Alvaro Delgado	13009304	3154471118	alvaro@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Alvaro Delgado
	Henry Valenzuela	36800263	3192211994	henry@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Henry Valenzuela
	Rebeca del Valle	36999778	3154471118	rebeca@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Rebeca del Valle

NT

TODOS POR UN NUEVO PAIS Todos por IpiALES FONTUR COLOMBIA Cultura & Turismo

OBJETO: "DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA IPIALES- CORREDOR TURISTICO HACIA EL SANTUARIO DE LAS LAJAS"

TALLER:

FECHA Y LUGAR: Casa de la Cultura - Municipio de Ipiales- departamento de Nariño

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CEDULA	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	EMPRESA	FIRMA
	Humberto R. F.	36996727	3152009271	humberto@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Humberto R. F.
	Carlos Alberto	87215445	3180290025	carlos@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Carlos Alberto
	Wilson Ezequiel	87103627	3187833557	wilson@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Wilson Ezequiel
	Ricardo Patiño		3177633557	ricardo@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Ricardo Patiño
	Leidy Morales	36861402	3184853525	leidy@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Leidy Morales
	Mabel Revilla	36861703	3164469471	mabel@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Mabel Revilla
	Franco González	31993477	318861254	franco@ipiales.gov.co	TECNOLOGIA DE LA INFORMACION	Franco González

## Anexo 4. Carta de solicitud información Sectores del Turismo

**CAMARA DE  
COMERCIO  
DE IPIALES**  
NIT 881 200 488 1



340

Ipiales, Septiembre 9 de 2015

Maestro  
JORGE GUERRERO ROSERO  
Subsecretario de Cultura y Turismo

Asunto: Solicitud Información Actores del Turismo

Cordial Saludo:

La presente es con el fin de solicitar información con relación a la iniciativa de la conformación del comité turístico en la ciudad de Ipiales, respecto al número de actores participantes y propuestas existentes en materia de asociatividad y turismo. Lo anterior se requiere como material base para documentar el proceso de investigación de la propuesta de trabajo de grado de la estudiante Paola Sofia Delgado Muñoz para optar el título de Profesional en Turismo de la Universidad del Cauca, titulado "DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA PERMANENTE PARA LA ARTICULACIÓN DE LOS ACTORES DEL TURISMO Y ATENCION DEL P.I.T DE LA CÁMARA DE COMERCIO EN LA CIUDAD DE IPIALES", el cual se desarrolla con el apoyo de la Cámara de Comercio de la ciudad.

Muchas gracias por la atención brindada,

Atentamente,

Por   
JHON JAIRO SUAREZ V.  
Dpto. Planeación y Proyectos

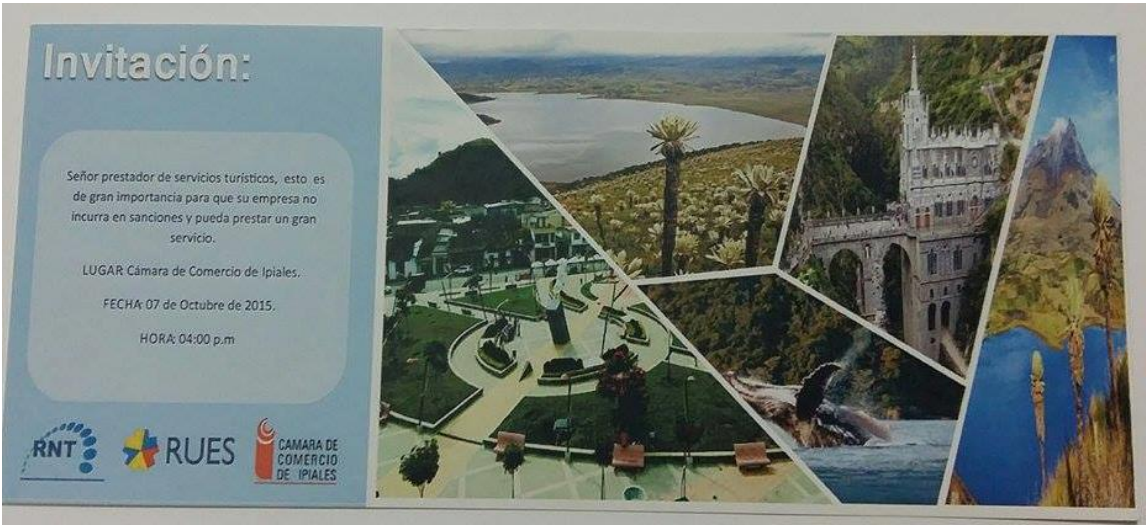
  
PAOLA SOFIA DELGADO MUÑOZ  
Profesional en Turismo

Carrera 11 N° 15-28 Tels. 7732465 - 7734247 Fax: 7734047 Ipiales - Nariño - Colombia Email: contactodirecto@ccipiales.org.co www.ccipiales.org.co

FORJANDO EL PRESENTE Y FUTURO DE NUESTRA REGIÓN



Anexo 5. Flyers modelo de invitación Evento Turístico



Anexo 6. Carta de Invitación para eventos turísticos de socialización del Proyecto de Articulación Turística.



Anexo 7. Lista de verificación entrega de invitaciones.

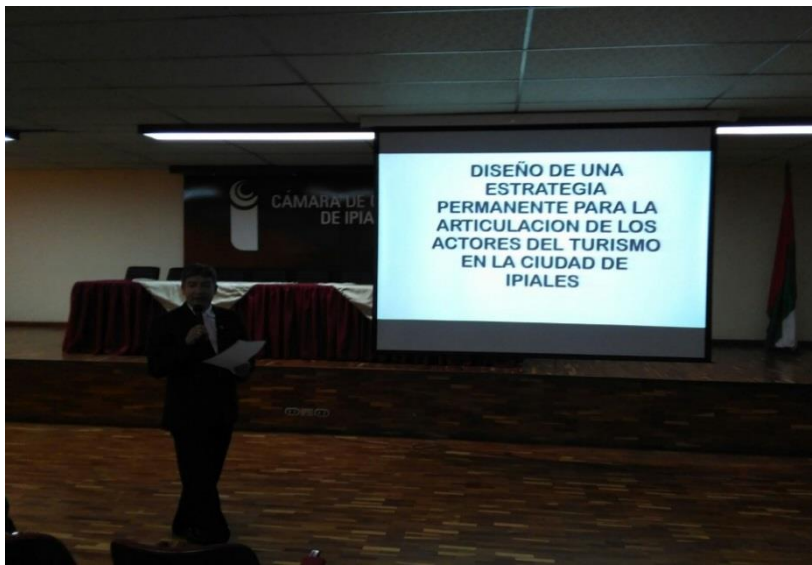
Correspondencia Enviada  
 Radicado No. 2724  
 Fecha 06- Oct - 2015  
 Hora 7:20 a.m.  
 Recibe *Claribel Chapul*

NOMBRE	TELEFONO	EMPRESA	RECIBIDO
LEYDI TATIANA MORALES	3154353525	Fudetes	
DARIO ALEJANDRO ENRIQUEZ	3015627870	Rte. Estadero Tropical Restaurante	
BAYARDO ANDRES CHIYANGUED CORTES	4187009972	Grupo Marketiva	
MERY PALACIOS RUEDA	318357971	Frontera Tours	
ERIKA LICETT REALPE	3163882644	Agencia de Viajes Travels	
ANDRES MARTINES	3176665006	Viajaré Explorador- Museo interactivo	
FIDENCIO EFRAIN GUAICAL	3105137234	Turicumbu	
KATHERINE JARAMILLO	3153499817		
JORGE LUIS BRAVO	3212324929	Eliturs S. A. S Satena S. A	<i>Handwritten signature</i>
YOLANDA MUÑOZ REVELO	3153009279	Aviator 5.A	<i>Handwritten signature</i>
BLANCA VIVAS MOSQUERA	3155902850	Nobel Art	<i>Handwritten signature</i>
ALICIA CEPEDA	3192221994	Asociación ...	
YENY PATRICIA	3192221994	Asociación...	
ALICIA DE VELA	3154674728	El Carácter	
RICARDO OBANDO	3015409484	Corp.	<i>Handwritten signature</i>
ALVARO PLACIOS O.	3154271118	Nobel art- Casa de la Cultura	<i>Handwritten signature</i>
SANDRA M. HERNANDEZ	3148538860	Alesa Tours	
ALEYDA GAHO	3154670239	Alesa Tours	
MARIA ELISA RUALES	3136049397- 3174247524	Agencia de Viajes y Turismo Maria Elisa ruales	
FREDY ARAUJO	3164022615- 3217358813	Agencia de Viajes y Turismo Fredy Araujo	
MARTHA BEDOYA	3188200310	Hotel Torre de Cristal	<i>Handwritten signature</i>
MIGOD GUZMAN	3183974008	Viajes Guzman	<i>Handwritten signature</i>
ERASMO A. PASTOS B.	3183472010	Cooperativa 20 de Julio	
MATILDE VELÁSQUES LLORMO	3153434794- 7752079	Velma Tours	
RICARDO PATIÑO NARVAEZ	3177631559		
ALEXANDER CHITAN	3158101127	El Fogón de la Abuela	
JOSE HUMBERTO GUERRERO	3177510756	Fundación	
SANDRA ALVAREZ RODRIGUEZ	3174515556	San Juan	
MONICA MEDINA MEJIA	3175238401	Posada Colonial	
<i>Handwritten:</i> Rosalba Puentes E 3104670420		<i>Handwritten:</i> Valencia Torres	<i>Handwritten signature</i>

JOSE ELIOS ORTEGA	3147991694	Cabildo Indigena Mucies	
YURANY GUANCHA	3116258909	Potosi	
JANE FUERTES MIÑO	3153588233	Fudetes	
SHIRLEY VELASCO	3145534218		
CLAUDIA BETANCOURT	3104228446	Ind	
GLADIS ROSERO	3192678459	Ind	
BLANCA L. GRIJALBA	3168161254- 3015307653	Eco Parque la Pradera	
MARIA CRISTINA VELA V.	3168212556		
HECTOR MAURICIO ITUYAN RUANO	3155831501- 77738470	Ing. en Turismo UTN	
ASTRID MARISOL RUANO	3127501819	Hotel los Andes	<i>Handwritten signature</i>
GILBERT MEDINA	3014180676	Trio Gualcala	
ERASMO A. PASTOS B.	3183472010	Setours	
SANDRA MARCELA PEREZ	3147504034	Ponal	
ADRIANA MERCEDES ROSERO VERA	3173471657	Ind	
GONZALO ROSERO	3173471657	Ind	
WILLIAM ERNESTO GUEVARA F.	3186290025		
MABEL REVELO G.	3164461427	Asociación Pumamake	
GLORIA IMBACUM	3128479117	Agrovenedores San Juan	
DELIA ROSERO	3166232215	Hotel Norman	
GLORIA INES MUNA	3154436028	Fontur	
JUAN DE DIOS LOPEZ	3167872550	Gooo3d	
ALICIA VITERI	3217080813	Sendas 360	
MILLER MARGAL	3168208592	Sendas 360	
ADRIANA VILLOTA VELA	3045443351	Ind	
<i>Handwritten:</i> Jaime Sanchez 316-3312491		<i>Handwritten:</i> Selva viajes y turismo	<i>Handwritten signature</i>
<i>Handwritten:</i> Johanna Eraso Almeida 3163692891		<i>Handwritten:</i> integrotours@hotmail.com	<i>Handwritten signature</i>

Anexo 8. Presentación de la propuesta a cargo del Presidente Ejecutivo Cámara de Comercio de IpiALES

(



Anexo 9. Presentación de la propuesta a cargo de Paola Sofía. Delgado Muñoz, Profesional en Turismo.





Anexo 11. Lista de actores turísticos con interés en el Proyecto de Articulación del Comité Turístico de Ipiales.

LISTA SOLICITANTE ACTUACION

COMITÉ TURÍSTICO DE IPIALES

FORMULARIO INSCRIPCIÓN DE PARTICIPANTES

CELEBRACIÓN: 2016

FECHA: 07/10/15

NO.	NOMBRE	CEDELA	ENTIDAD O EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL	FIRMA
1	HAROLD BLANCO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
2	MARCELO VILLALBA	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
3	LUIS BARRERA	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
4	WILSON BARRERA	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
5	MARCELO VILLALBA	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
6	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
7	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
8	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
9	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
10	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
11	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
12	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
13	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
14	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
15	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
16	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
17	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
18	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
19	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
20	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
21	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
22	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		
23	YOLANDA MUÑOZ REVELO	31004264	HOTEL EL GUISANO	CALLE 10 # 16-68	316228446		

Correspondencia Enviada

Radicado No. 3174

Fecha: 06-08-2015


Hora: 7:20 a.m.

Recibe: S. B. Chapal



NOMBRE	TELEFONO	EMPRESA	RECIBIDO
LEYDI TATIANA MORALES	3154351525	Fudetes	
DARIO ALEJANDRO ENRIQUEZ	3015627870	Rite. Estadero Tropical Restaurante	
BAYARDO ANDRES CHYANGUED CORTES	3187009972	Grupo Marketvia	
MERY PALACIOS RUEDA	318357971	Frontera Tours	
ERIKA LICETT REALPE	3163882644	Agencia de Viajes Travels	
ANDRES MARTINES	3176655006	Viajaré Explorador- Museo interactivo	
FIDENCIO EFRAIN GUAICAL	3105137234	Turicumbú	
KATHERINE JARAMILLO	3153499817		
JORGE LUIS BRAVO	321234929	Eltours S.A. Satena S.A	
YOLANDA MUÑOZ REVELO	3153009279	Aviator S.A	
BLANCA VIVAS MOSQUERA	3155902850	Nobel Art	
ALICIA CEPEDA	3192221994	Asociación ...	
YENY PATRICIA	3192221994	Asociación ...	
ALICIA DE VELA	3154647728	El Carácter	
RICARDO OBANDO	3015409484	Corp	
ALVARO PLACIOS O.	3154271118	Nobel art- Casa de la Cultura	
SANDRA M. HERNANDEZ	3148538860	Alesa Tours	
ALEYDA GAHO	3154670239	Alesa Tours	
MARIA ELISA RUALES	3136049397- 3174247524	Agencia de Viajes y Turismo Maria Elisa ruales	
FREDDY ARAUJO	3164022615- 3217358813	Agencia de Viajes y Turismo Freddy Araujo	
MARTHA BEDOYA	3188200310	Hotel Torre de Cristal	
MIGOD GUZMAN	3183974008	Viajes Guzman	
ERASMO A. PASTOS B.	3183472010	Cooperativa 20 de Julio	
MATILDE VELÁSQUES LLORMO	3153434794- 7752075	Velma Tours	
RICARDO PATIÑO NARVAEZ	3177631559		
ALEXANDER CHITAN	3158101127	El Fogón de la Abuela	
JOSE HUMBERTO GUERRERO	3177510756	Fundación	
SANDRA ALVAREZ RODRIGUEZ	3174515556	San Juan	
MONICA MEDINA MEJIA	3175238401	Posada Colonial	

JOSE ELIOS ORTEGA	3147991694	Cabildo Indigena Mucies	
YURANY GUANCHA	3116258909	Potosí	
JANE FUERTES MIÑO	3153588233	Fudetes	
SHIRLEY VELASCO	3145534218		
CLAUDIA BETANCOURT	3104228446	Ind	
GLADIS ROSERO	3192678459	Ind	
BLANCA L. GRUJALBA	3168161254- 3015307653	Eco Parque la Pradera	
MARIA CRISTINA VELA V.	3168212556		
HECTOR MAURICIO ITUYAN RUANO	3155831501- 77738470	Ing. en Turismo UTN	
• ASTRID MARISOL RUANO	3127501819	Hotel los Andes	Borden Museo
GILBERT MEDINA	3014180676	Trio Gualcala	
ERASMO A. PASTOS B.	3183472010	Setours	
SANDRA MARCELA PEREZ	3147504034	Ponal	
ADRIANA MERCEDES ROSERO VERA	3173471657	Ind	
GONZALO ROSERO	3173471657	Ind	
WILLIAM ERNESTO GUEVARA F.	3186290025		
MABEL REVELO G.	3164461427	Asociación Pumamake	
GLORIA IMBACUM	3128479117	Agrovededores San Juan	
• DELIA ROSERO	3166232215	Hotel Norman	
GLORIA INES MUNA	3154436028	Fontur	
JUAN DE DIOS LOPEZ	3167872550	Gooo3d	
ALICIA VITERI	3217080813	Sendas 360	
MILLER MARGAL	3168208592	Sendas 360	
ADRIANA VILLOTA VELA	3045443351	Ind	
Jaime Sanchez.	316-3312491	Delvaviagesyturismo	
Johanna Erazo Almeida	3163692891	inteprotour@hotmail.com	

## Anexo 12. Comunicación invitación oficial

**CAMARA DE  
COMERCIO  
DE IPIALES**  
NIT. 891.200.485-1

Correspondencia Enviada  
Radicado No. 2237  
Fecha 27 Oct - 2015  
Hora 8:50 p.m.  
Recibe Gerardo Chapuz



340  
Ipiales, 16 de Octubre de 2015

Señor (a)  
EMPRESARIO  
Sector turismo

Cordial Saludo

Para la Cámara de Comercio de Ipiales es importante adelantar estrategias que fomenten el desarrollo de la estructura productiva, destacando así la articulación entre los diferentes actores turísticos para fortalecer el sector; como propuesta se presenta el proyecto de articulación con base en la conformación del Comité turístico, el cual se describe a continuación.

Objetivos del trabajo en mención:

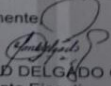
- Caracterizar los actores del Turismo en la Ciudad de Ipiales.
- Identificar los avances realizados en cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.
- Estructurar la demanda y oferta de servicios turísticos de cada uno de los actores del turismo de la Ciudad de Ipiales.
- Estructurar la propuesta de cómo debería funcionar una Red de Apoyo de Servicios Turísticos entre los actores identificados como respuesta a la estrategia de articulación

Como resultado final se contará con el diseño de una estrategia permanente, ejecutada a través del Comité turístico, el cual entregará lo siguiente:

- Directrices de la organización a nivel estructural
- Alcance y beneficios
- Política organizacional :Objetivos y principios , misión y visión
- Factores de éxito

Conocedores de su gran apoyo y progreso hacia los diferentes sectores de nuestro municipio y seguros de contar con su aceptación a esta propuesta.

Atentamente

  
HAROLD DELGADO GUERRERO  
Presidente Ejecutivo  
Cámara de Comercio de Ipiales

Carrera 11 N° 15-28 Tels. 7732465 - 7734247 Fax: 7734047 Ipiales - Nariño - Colombia Email: [contactodirecto@ccipiales.org.co](mailto:contactodirecto@ccipiales.org.co) [www.ccipiales.org.co](http://www.ccipiales.org.co)

FORJANDO EL PRESENTE Y FUTURO DE NUESTRA REGIÓN



Anexo 13. Socialización del evento por estudiante Paola Sofía Delgado Muñoz



Resolviendo dudas e inquietudes

Asistentes con cartas de invitación entregadas

Registro público asistente



Anexo 14. Promoción 2 evento. Lugar: Empresa Agencia de Viajes, Viajes Guzmán.



Lugar: empresa Agencia de Viajes, Avianca



Lugar: empresa Agencia de Viajes, Eliturs



Lugar: empresa Agencia de Viajes, Aviatur

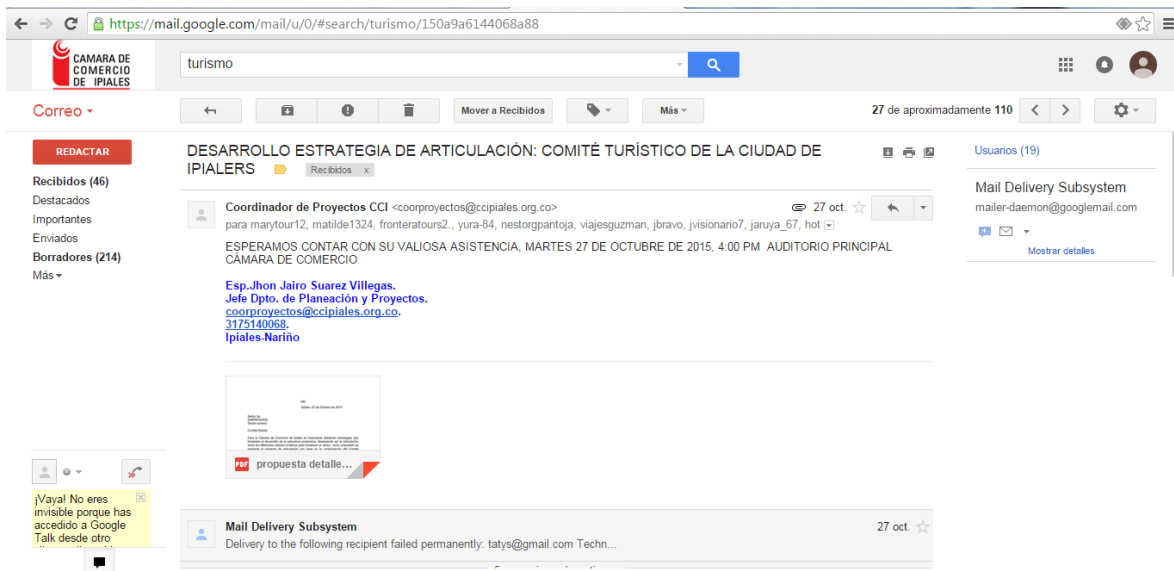
Anexo 15. Lista promoción del evento

COMARCA DE CANTÓN DE BALNE		FORMATO INSCRIPCIÓN DE PARTICIPANTES				CÓDIGO	
EVENTO: Promoción Destinos Comé Tóxico						K CP 05	
FECHA: 28/12/15						VERSIÓN: 001	
LUGAR: Tulcan						PLATA: 01 y 02	
MESA: Tulcan						FECHA: 28/12/15	
						INSTRUMENTO 1	
						INSTRUMENTO 2	
						INSTRUMENTO 3	
Nº	NOMBRE	CEDULA	ENTIDAD O EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL	FIRMA
1	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
2	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
3	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
4	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
5	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
6	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
7	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
8	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
9	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
10	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
11	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
12	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
13	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
14	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
15	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
16	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
17	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
18	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
19	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]
20	Alfonso Sandoz	29213853	Altagracia Tours	Barr 16 # 7-77	7230191	info@altagracia.com	[Firma]

Anexo 16. Contacto / promoción vía teléfono celular



## Anexo 17. Promoción del evento por correo electrónico

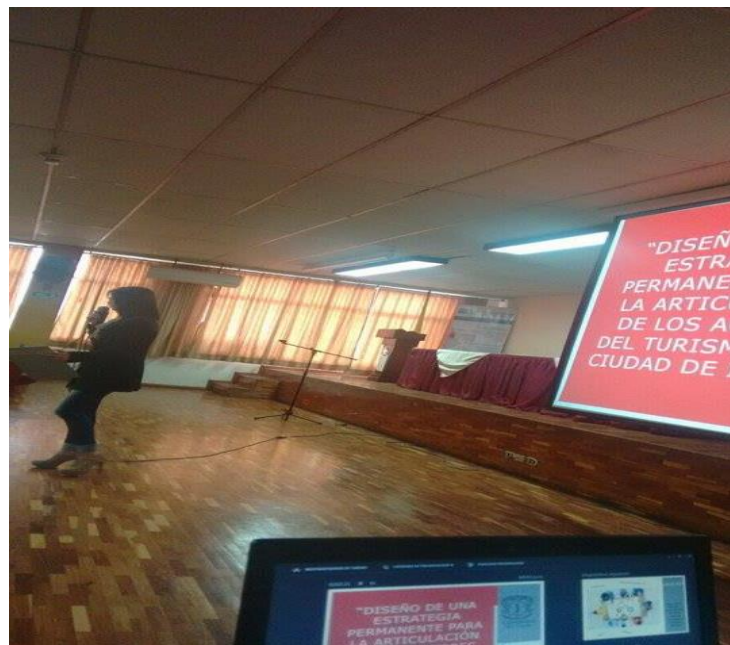
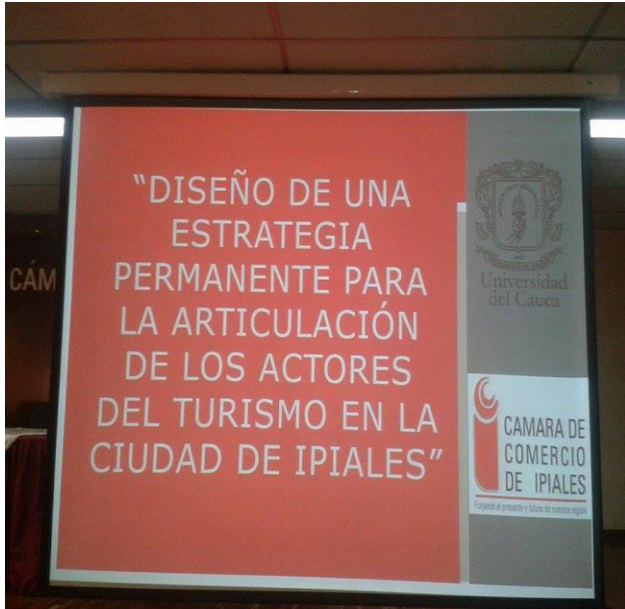


Anexo 18. Registro de asistencia

COMITÉ DE COMERCIO DE VALLES		FORMATO INSCRIPCIÓN DE PARTICIPANTES				CODIGO	F-CP-01
EVENTO: 2. Feria Compras Comi. Tuxtla						VERSION:	02
FECHA: 21/01/15						PAGINA:	01 de 01
LUGAR:						FECHA:	20102008
HORA: 4:00 pm.							
NO.	NOMBRE	CEDULA	ENTIDAD O EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL	FIRMA
1	Guillermo Huertas	13-008762	Mas. O'Brien	C/ 254 B. Pinar	72775272		<i>[Signature]</i>
2	Melissa Ruca	456297621	Hotel Cas Andes	C. 574. C. 48	4724776	mepalrom@delitel.com	<i>[Signature]</i>
3	Boris Abundo Beroa	3306502	Open Sky Supply Tuxtla	Andela de TCS	237415723	openingskytuxtla@gmail.com	<i>[Signature]</i>
4	David Rocco	37124943	Fundacion Functiva Maro	Conjunto Maritimo	3172648437	gladysroco@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
5	Nancy Guzman	3103021	SXIA			nancyguzman@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
6	Sandra Hernandez	57120599	ALISA TURTAS	Calle 18 y 20	315041804	sandrahernandez@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
7	Shirley Guasapud Anes	108594598	Guia de Turismo	Santiago	317840526	shirleyguasapud@gmail.com	<i>[Signature]</i>
8	Enrique Casanova	13002524	PIRENEA CONSULTORIA	Calle 16 N. 6-47	3332241	enriquecasanova@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
9	Ernesto A. Astas	13002061	Cooperativa 20 de Julio	C. 228-70	7737771	Ernesto20julio@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
10	Georgina P. Pavia	13003057	Guia de Turismo	Calle 13-6-2-20	31557145	georginapavia@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
11	Alfonso Lopez P.	36996723	CAJUTIN S.A	C.H. 16 # 6-30	315300799	alfonso@cajutin.com	<i>[Signature]</i>
12	Carlos Alberto Hernandez	51213415	Niños Guatemaltecos	Bl. 11 y S. 16	308620025	carlos@niñosguatemaltecos.com	<i>[Signature]</i>
13	Yolanda Guzman						<i>[Signature]</i>
14	Juan Andres Bata P.	521194	Asi. Panamake	Calle B # 4-24	31232445	juanandresbata@gmail.com	<i>[Signature]</i>
15	Mabel Rosales	35861703	Asi. Panamake	Calle 3.A-4-74	316461473	mabrosales@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
16							
17							
18							
19							
20							

COMITÉ DE COMERCIO DE VALLES		FORMATO INSCRIPCIÓN DE PARTICIPANTES				CODIGO	F-CP-01
EVENTO: 2. Feria Compras Comi. Tuxtla						VERSION:	01
FECHA: 21/01/15						PAGINA:	01 de 01
LUGAR:						FECHA:	20102008
HORA: 3:00 pm.							
NO.	NOMBRE	CEDULA	ENTIDAD O EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL	FIRMA
1	Nelly Diaz Pineda	24402101	Turismo recreacionales	C/ 15 # N/15	7752281	Turismorecreacionales@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
2	Hector Manuel Ibarra	108540402	Guia Turismo	9. Simo Bata	3186263587	hbarra10@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
3	Marta Pineda	4775212	Barco de Pesca Tuxtla	Calle 12-6-12	315116624	martapineda@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
4	Yolanda Guzman	13073517	VICTOR GUZMAN	CALLE 16 N 6-2	318522000	yolanda@victorguzman.com	<i>[Signature]</i>
5	Juan Andres Bata P.	1848989	IDEAR	M.A. CAJUTIN 14	3103302851	juanandresbata@guamnet.com	<i>[Signature]</i>
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							

Anexo 19. Apertura a la presentación de la información organizada





Anexo 20. Espacio para resolver dudas e inquietudes al final del evento.



## Anexo 21. Actores integrantes del Comité Turístico de Ipiales



Anexo 22. Registro de empresas comprometidas con el desarrollo del Comité Turístico.

COMITÉ TURÍSTICO DE PAILÓN		FORMATO INSCRIPCIÓN DE PARTICIPANTES				CODIGO	F. C/P. 01
EVENTO		DESARROLLO COMITÉ TURÍSTICO				VERSION	02
FECHA		27/01/15				PÁGINA	01 de 01
LUGAR						FECHA	01/01/2015
HORA		4:00 pm				DIR. LOCAL	
						PAULINA I.	
						PAULINA I.	
No.	NOMBRE	CÉCULA	ENTIDAD O EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	EMAIL	FIRMA
1	Mary Gabriela Jaramila	27167268	Tienda Tercera Oportunidad	aven. G # 16-25	772 80746	gabriela.jaramila@terceraoportunidad.com	<i>Mary Gabriela Jaramila</i>
2	Yolanda Beltrán P.	36996727	Quindío S.A	calle 16 # 6-30	775 862	yolanda.beltran@quindio.com	<i>Yolanda Beltrán</i>
3	Carlos Antonio Carreras	52715445	Udeca y	calle 18 # 5-46	3165240025	carlos.carreras@udeca.com	<i>Carlos Carreras</i>
4	Julian Parra Gomez	1840987	Udeca y	aven. A caja No 4	316330282	julian.parra@udeca.com	<i>Julian Parra</i>
5	Mauricio Ituyan	1085904512	Universidad Tecnica del Norte	8/ Simón Bolívar	316226584	mauricio@ituban.com	<i>Mauricio Ituban</i>
6	Shirley Escobar	108594528	Equisoda U.T.N.	Sapaycanan / Sucre	319240530	shirley@equisoda.com	<i>Shirley Escobar</i>
7	Gladios Rosero	37124343	FUNDACION BRITANIA ARIARDO	Cajamarca univ. 18 km	319218459	gladios.rosero@fundacionariardo.com	<i>Gladios Rosero</i>
8	Florencia Posada	13011361	Scopos	Cra 22-2-40	3192412010	scopos@scopos.com	<i>Florencia Posada</i>
9	Luzmila Guanche	19121554	Fundación para el desarrollo tradicional Sucre	Volcanes Casa 89	311622907	luzmila.guanche@fundacionariardo.com	<i>Luzmila Guanche</i>
10	Luzmila Guanche	19012341	Vitales Guanche	Cra 16 # 6-62	316397000	luzmila.guanche@vitalesguanche.com	<i>Luzmila Guanche</i>
11	Rosa Guando Rosero	32006507	apartado veje y turismo	Avenida H B E 9	317737373	rosaguando@apartadoveje.com	<i>Rosa Guando</i>
12	Paulina Carreras	13018362	Udeca y	calle 29 # 6-30	316312373	paucarreras@udeca.com	<i>Paulina Carreras</i>
13	Andrés Felipe Rodríguez	3007161	Asociación de Comerciantes	calles K. 111	7752234	andres.felipe@asociaciondecomerciantes.com	<i>Andrés Felipe Rodríguez</i>
14	Maribel Forcés	26061908	Asociación Pormamuke	Cra 2 no 4-45	316444143	maribel.forces@pormamuke.com	<i>Maribel Forcés</i>
15	Carla Andrea Ara	5211441	Asociación Pormamuke	Buena Vista 9-18	317526922	carlaandrea@pormamuke.com	<i>Carla Andrea Ara</i>
16	Silvina Rivas y Ali	603963	HOTEL COLONIAL	Cra 6 # 10-49	316343388	silvina.67@hotmail.com	<i>Silvina Rivas</i>
17							
18	315-4436018	GLORIA HELA	JARDINERIA PASO	av. Higueras no. 16 - Alumbra.			
19							
20							

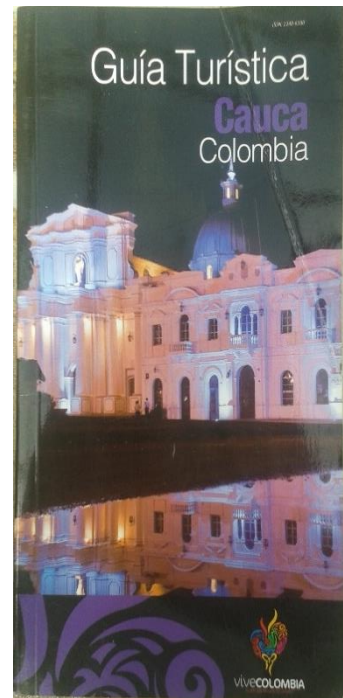
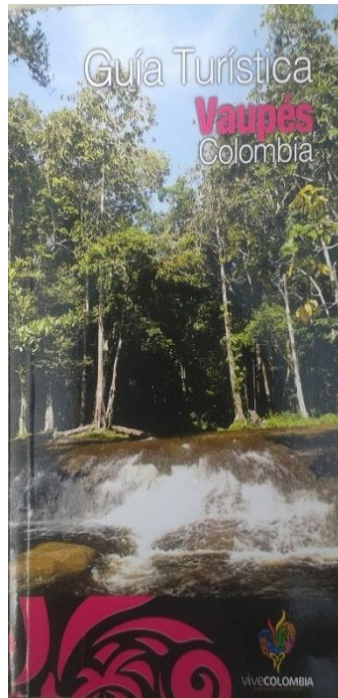
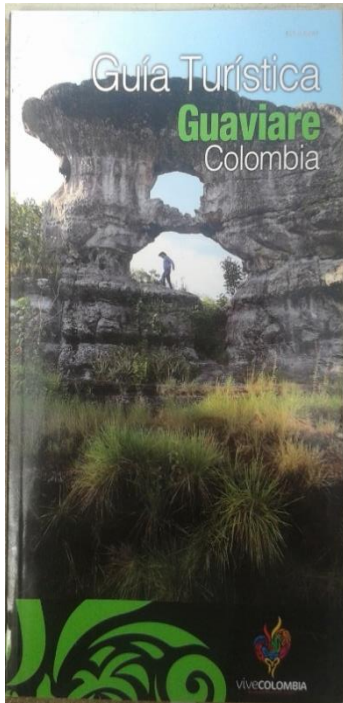
Anexo 23. Entrevista Profesional en Turismo / operadores turísticos





Anexo 24. Material turístico promocional sobre Colombia.





Material de Nariño



Material de Ecuador





## Anexo 25. Organización de la información

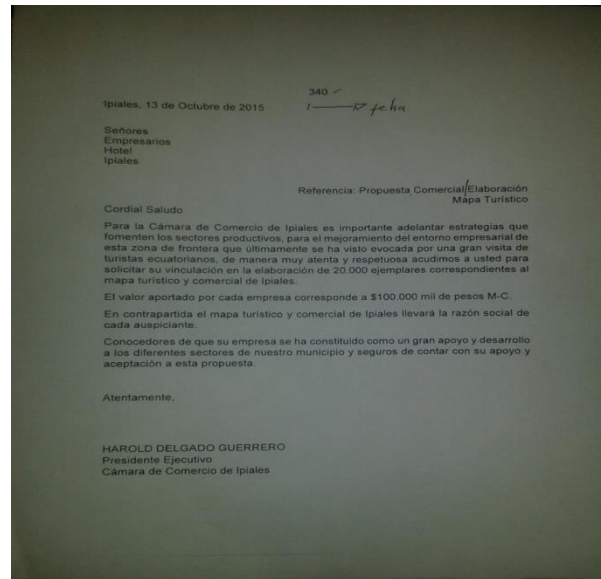
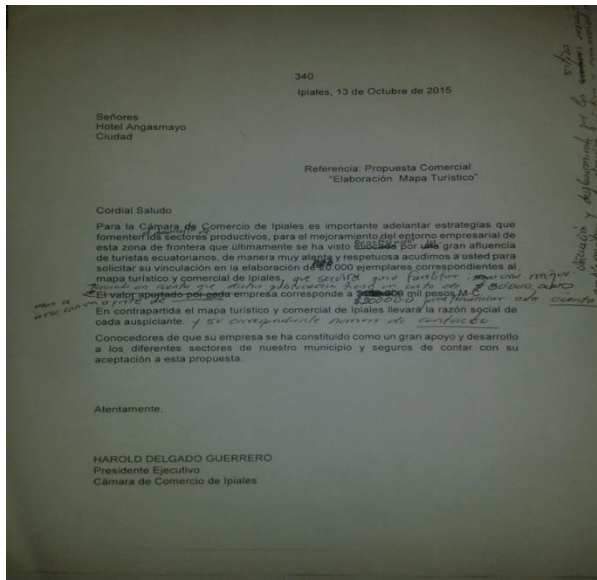
	A	B	C	D	E	F
1			TURISMO			
2		ATRACTIVOS TURISTICOS	DESCRIPCION	DIRECCION	TELEFONO	
3		Iglesias	San Felipe	Calle 5 con carrera 13		
4			Santuario Nuestra Señora de las Lajas			
5			Puñes			MARCO INSTITUCIONAL
6			Totoral			
7						
8		SECTOR COMERCIAL	Gran Plaza IpiALES	Cl 25 n6b 23	18000521225	servicios basicos
9			Centro Comercial Estrella	Cra 6 n. 14 - 06	773 22 32	
10			Centro Comercial Victoria Plaza	Cr7 9-39	7253674	
11	ATRACTIVOS TURISTICOS		Centro Comercial el Madrugon	Cra 7	no tiene	salud
12			Almacen Legal	Cra 11 No 14- 111	7732686	
13			La 14	Calle 14 no 7-64	315-4108138	
14			San Andresito	Cr7 10-53	7732057	
15			Polo		no tiene	
16			Almacen Alkosto		7732553-7732208	
17			Almacén Éxito		773 2523	
18			20 de Julio			
19		Parques principales	La Pola			
20			Santander			ORGANISMOS DE SEGURIDAD Y P
21			Centenario			
22			Parque infantil			CENTROS DE TRANSPORTE
23			Patidronomo Diego Rosero Calad			
24		Centros deportivos	Estadio Municipal			ESTACIONES DE SERVICIO DE GAS
25			Coliseo Cubierto			
26		bibliotecas				

	A	B	C	D	E
84			Broaster king ipiales	Cr 7 no. 12-05	7733214
85			Picanteria y cafeteria la paisanita	Cl 8 no. 5-21	7732003
86			Asadero de cuyes la esquina	Cr 7 no. 1-14 brr el charco	7735906
87			Moon restaurant & drinks	Avenida mistares casa 182	
88			Santa hamburguesa gran plaza	Cl 25 n6. 6b 23 lc 127	
89			Press burger s.a.s. la septima	Cr. 6 #16 - 32	7733183
90			Restaurante mister pollo gran plaza	Carrera 44b no. 19 - 56 pandiaco	7312268
91			Zona broaster	Calle 10 n6. 7-12	3005753216
92			La olla marinera restaurante	Cra 1 av. Panamericana sector los chilcos	
93			Estadero tropical jr	Av. Panamericana - los chilcos	3016527870
94			Croquet pollo horneado	Calle 16 n6. 6-44	7252604
95			Asadero casa verde	Carrera 6 n6. 2-82 brr charco	7254482
96					
97			YESTERDAY - TEATRO CAFE CONCIERTO	' CRA 6B NO. 25-32	7795088- 3164088843
98			IMPACTO ANDINO DISCO SHOW	' CALLE 10 NO. 6-32	3162992284
99	ENTRETENIMIENTO	BARES	JUANCHITO VIEJOTECA IPIALES	'AV PANAMERICANA SEC LOS CHILCOS	3176621666
100			MADRID LIFE CLUB	' CALLE 23 # 5-73	
101			BERLIN GALERIA LOUNGE	Calle 23 No. 5 - 73	3015072092
102			BUONA PIZZA CAFE BAR	CRA 6 N. 14 45	7731485
103					
104					
105					

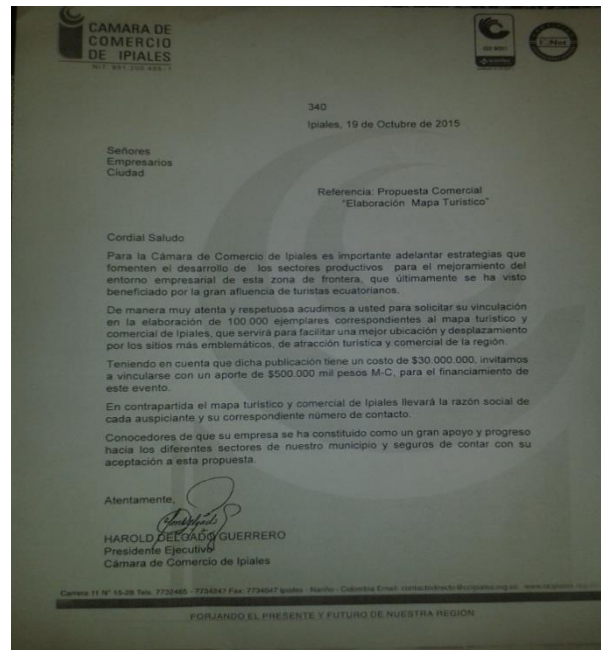
	A	B	C	D	E	F
37			Hotel internacional el nogal	Calle 14a no. 9-34 las lunas de pasto	7253984	
38			Hotel nubes verdes plaza	Carrera 6 no 9-26	7730439	
39			Hotel la pola	Calle 14 no 5-44	7736710	
40			Hotel central colonial plaza	Carrera 6 n6 10-39		
41			Hotel benjamin plaza inc	Cr 11 n6. 13-09 brr benjamin herra	7254700	
42			Hotel la riviera gold	Av panamericana via rumichaca km 2	7735723	
43			HOTEL TORRE DE CRISTAL	CARRERA 5 NO 14-134 BRR SAN FELIPE	7255808	
44			Agencia de Viajes Colombia tours	km 1 puente internacional rumichaca	3186934544	
45			Agencia de Viajes y Turismo tus mejores vacaciones	CARRERA 2 NOROCCIDENTAL BARRIO DE LA ZONA	3003805187	
46			Open sky Viajes y Turismo	Urbanizacion andaluz casa b casa 9		
47			Agencia de Viajes y Turismo Elisa Ruales	Carrera 3 no. 12 a-39 b/ bellavista	3174246157	
48	Agentes de turismo	Agencias de viaje	Selva Viajes y Turismo Ltda.	Carrera 20 # 11-46	7250408	
49			Integral Tours Agencia de Viajes y Turismo	Calle 16 n.7-77	7730171	
50			Tours Recreacionales Interamericanos	Calle 15 # 1n-15	3154751371	
51			Sociedad Press Burger s.a.s.	Cr. 6 #16 - 32	7733183	
52			Amatour	Cr 3 n6. 13-36		
53			Agencia de Viajes y Turismo Nubes Verdes	Carrera 5 no. 7-48 barrio golgota	3218457660	
54			Agencia de Viajes Global One	Carrera 7 n6. 9-39 local 112 a		
55			Aerotickets la Frontera	Calle 19 casa 03 via rumichaca	7251731	
56			Colombia Travel Nariño	Urb caminos de aragon ii mz a ca 22		
57			Agencia de Viajes y Telecomunicaciones tr@vel's	Calle 13 no. 5-19 edificio muñoz oficina 101	7752659	
58			TAXIS LA SABANA S.A	CR5 CL 13	7253532	
59			LA FRONTERA	CR 1 N 2E 113	7733610	
60		Servicios de transporte municipal	EMPRESA DE TRANSPORTES COLECTIVOS CIUDAD DE IPI	CR6 5 E-20 EL CHARCO	7732982	
61			EXPRESO LAS LAJAS S.A	CR6 3-118	7733953	



## Anexo 27. Comunicaciones varias Cámara de Comercio Ipiales promoción certamen



### CARTA Y CORRECCIONES



MODELO OFICIO GENERAL PARA EMPRESAS

MODELO OFICIO EMPRESAS DE GRANDES SUPERFICIES

Anexo 28. Promoción Mapa Turístico en el PIT Rumichaca



Anexo 29. Registro visitas concepto: Mapa Turístico y publicidad empresarial.

CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES		FORMATO INSCRIPCION DE PARTICIPANTES			CODIGO	F-CP-01
EVENTO: Mapa Turístico		FACILITADOR 1:			VERSION	02
FECHA:		FACILITADOR 2:			PAGINA	01 de 01
LUGAR:		FACILITADOR 3:			FECHA	30/10/2008
HORA:						
1	José Benavides	8.204.489	LA ORELI	Cc 6to Plaza 2-1396	7738402	
2	Pura Guialba K	36.292.785	Hotel Singosmayo	Calle 16 # 6-38	773.27777	hotelasingosmayo@hotmail.com
3	MERY YOLANDA RAMOS	27.167.265	FRONTERA TOURS	Cra 6 No 16-21	773.8076	frontera@terra.com
4	Witkulata Vitul B	66.773.774	Hotel Tom de Cristal	Cra 6 No 18-434	7755808	hoteltoadecristal@ipd.net.gt
5	Liliana Arteaga	108548241	Dinastia Rios Lordashion	Cra 6 No 10-72	7753688	creacionesrafala@hotmail.com
6	Liliana Arteaga	108542424	Dinastia Rios	Cra 6 No 14-40	7753654	
7	Liliana Arteaga		Super Fashion Rios	Cra 6 No 16-29	773.2609	
8	Urbano Carlos Buitos	87.714.828	Zona Recreacion	Calle 10 # 7-18	7755977	
9	Wlana Brito Aguiluz	108210494	Restaurante Casa Colombiana	Calle 9 # 4-72	7733568	casacolumbiap@ipd.net.gt
10	Wlana Brito Aguiluz	1082104704	Restaurante Casa Colombiana	Calle 9 # 4-14	311613970	
11	Wlana Brito Aguiluz	36861073	Gran Plaza Ipiates	Calle 26 # 2-23	313635469	ssato@comunicacion.com
12	JAVIER CHECA MELO	87.530.806	EBS Combustor el Liton	Cra 4A No 15-16	7732357	javier.checa@combustor.com
14	MENNY CORNEJO	31.120.623	Centro de Lubricacion Unidos	Cra 1 No 10-109	7733970	centrolubricacionunidos@hotmail.com
15	Alexander patino	1.08525156	Hotelpatino	Grupo 20 calle 12	7734509	grupopatino@hotelpatino.com
17	Camila Yandery Cobos	108541036	Camas Yandery Real 1210	Calle 24 # 6-65	775.86.04	
18	Carlos L. Llaneros C.	19.324.714	América Local	Cra 11 # 14-11	7732636	almalaga-2@hotmail.com

CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES		FORMATO INSCRIPCION DE PARTICIPANTES			CODIGO	F-CP-01
EVENTO:		FACILITADOR 1:			VERSION	02
FECHA:		FACILITADOR 2:			PAGINA	01 de 01
LUGAR:		FACILITADOR 3:			FECHA	30/10/2008
HORA:						
1	Audrey Gomez	1085905580	Ma Tecloniza S A S	CYA 6 # 15-87	7736959	Tel: 773 20951@hotmail.com
2	Aydee Arizala	7.232.8718	Hotel Jurek el Nogal	KRA 7. N. 13-77	7753984	hoteljurek@hotmail.com
3	Aydee Arizala	72.328.948	MARQUES RIOS HOTEL	KRA 6 N. 13-47	7757229	marquesrios@hotmail.com
4	Aydee Arizala	72.328.948	Hotel Marques Rios	KRA 6 N. 9-26	7730437	hotelmarquesrios@hotmail.com
5	JACKELINE WALES	67037643	HOTEL SANTEPE PLAZA	CAJUE 14 # 4-44	7737357	775712
6	JACKELINE WALES	67037643	HOTEL TORRES DE ORO	CAJUE 1A # 2-36	7734610	7734740
7	JACKELINE WALES	67037643	HOTEL KORPWARZ	Cra 6 # 10-24	7200332	
8	JACKELINE WALES	67037643	HOTEL COLONIAL	Cra 6 # 10-47	77678647	772634
9	RUBEN TUTALCHA	028547805	HOTEL Y RESTAURANTE (Cruj Negro) Xin Liong	Cra 1 # 18-18F	7756491	7756440
10	Edwin Rosano	87747275	Cooperativa Superstar	Av. Panamericano # 63	7732945	coopsuperstar@ipd.net.gt
12			Estacion Superstar del Sur			
13	asoo avelo boro sti	16.233.183	estacion panamericana 76001	ces 3 No 45-48	7733038	asoboro@ipd.net.gt
14	Mara Jimena Castillo	100864869	IPS - 2 Hellama 3	Cra 5 No 45-48	7753837	ipmullama3@ipd.net.gt
15	Miriam Fuentes	36.861.369	Servisur Vial Aeropuerto	Cra 7 # 28-62	7732731	
16	Miriam Fuentes	36.861.369	Servisur S.A.S. NO 1	Cra 5 con calle 19	7732325	
17	Miriam Fuentes	36.861.369	Servisur S.A.S. Estacion de	Calle 17 # 12-21	7734732	
18	Miriam Fuentes	36.861.369	Servicio Panichora			
19						
20						

Anexo 30. Registro de visitas a empresas. Concepto: Cuentas de Cobro

CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES  
MAPA TURISTICO Y COMERCIAL DE IPIALES

CLIENTE	VALOR	SALDO	RECIBO DE CAJA	DIRECCION	DIRECCION VERIFICADA	TELEFONO	FIRMA DE ACEPTACION
ANGASMAYO TORRES DE CRISTAL	200000		1351	CLLE 16 NO 6-38			
HOTEL LOS ANDES ESTACION DE SERVICIO	200000		1353	CRA 5 NO 14-44	Cra 5 N° 14-44	732024	<i>[Signature]</i>
HOTEL ZARACAY	100000	100000	1355	CLLE 14 NO 7-91	Colle 14 No 7-91	7232032	<i>[Signature]</i>
FRONTERA TOURS	200000		1356	CRA 6 NO 16-25 PISO 2			
ZONA BROSTER RESTAURANTE RODIZIO	100000	100000	1357	CLLE 10 NO 7-12			
INTEGRAL TOURS	200000		1368	CLLE 24 NO 6-65			
SERVISUR(3 ESTACIONES)	500000		1370	CLLE 16 NO 7-77			
COMBUSCOL EL LITORAL	200000		1374	CRA 6 NO 19-32			
AUEOPANAMERICANO	100000	100000	1375	CRA 1 NO 15-16	AV panamericana 1A-100	736340	<i>[Signature]</i>

*Aueo panamericano de Tours por el SA SA*

HOTEL INTERNACIONAL EL NOGAL	200000	300000	1377	CRA 7 NO 13-77			
RESTAURANTE CHUNGWAH	150000	150000	1379	CRA 5 NO 14-47	Cra 5 N° 14-47	7253162	<i>[Signature]</i>
CC ESTRELLA	400000		1380	CRA 6 NO 14-06	Cra 6 N° 14-06	7732232	Alex Montenegro
RESTAURANTE TERRAZA	200000		1380		Cra 6 N° 13-17 2da	7154677	Alex Montenegro
RESTAURANTE LA IGUANA AZUL	50000	150000	1381	CRA 7 NO 15-90	Restaurante Iguana 3187691326 Iguana Azul	31876911	<i>[Signature]</i>
ESTACION DE SERVICIO PANAMERICANA TERPEL	200000		1382	CRA 1 NO 48-48			
CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRIZ ALMACENES ÉXITO	200000		1383	CRA 1 NO 2-43	AV Panamericana Cra 1 N° 2-43	7250112	<i>[Signature]</i>
	500000		1384	AV PANAMERICANA CLLE 13	AV Panamericana Calle 13 Esquina	7732523	<i>[Signature]</i>
HOTEL SAN FELIPE(4)	350000	350000	1385	CALLE 14 NO 4-14			
CACHARRERIA CALI	250000	250000	1386	CC GRAN PLAZA LOC 134			

## Anexo 31. Diseño definitivo Mapa Turístico



## Acta de confirmación direcciones Mapa Turístico

Acta de confirmación direcciones entrega Mapa turístico y comercial de Ipiales

Cámara de Comercio de Ipiales

No.	SERVICIOS BÁSICOS	DIRECCIÓN	TELÉFONO	FIRMA
	<b>Salud</b>			
17	Hospital Civil de Ipiales	Av. Panamericana	7733454	✓
18	IPS Municipal de Ipiales E.S.E		7256044	✓
19	Mallamas	Cra 1Norte No 4-56 Av Panamericana	7255857	
20	Apple Dent Clínicas Odontológicas	Cra 6 No 14-42 Primer piso	7253115	
	<b>Organismos de Seguridad y Protección</b>			
21	Estación Nacional de Policía B/ Gólgota		112-7732577	✓
22	CAI Policía B/ Totoral		112-7732577	✓
23	Cruz Roja Colombiana		115-132	✓

68	Restaurante Casa Colombia	Calle 9 No 4-72	7733368	Julio Cruz
69	Restaurante Casa Colombia 2	Calle 9 No 4-14	3116139740	Julio Cruz
70	Restaurante Parrila La Iguana Azul	Cra 7 No 15-90 C.C. El Madrugón	3187691326	Julio Cruz
71	Restaurante Xin Yi	Cra 1 No. 12-185	7256490- <del>7256491</del>	Julio Cruz
72	Restaurante Chung Wah	Cra 5 No 14-47	7253162	Julio Cruz
73	Restaurante La Terraza	Cra 6 No 13-17 Segundo piso	7757677	Alfredo Rodriguez
74	Asaditos Parrilla Y Mariscos	Mistares Etapa 3 Casa 218	7256133	Julio Cruz
75	Asaditos Parrilla y Mariscos Gran Plaza	C.C. Gran Plaza Local 122	7758176	Julio Cruz
76	Carnes Rodizio	Calle 24 No 6-65	7758604	Julio Cruz
77	Dulcería I.P.K	Mistares Etapa 1 Casa 72	7731555- 3164054008	Julio Cruz
78	Heladería 20 de Julio	Cra 5 No 8-14	7732076	Rubén Domínguez
79	Panadería y Pastelería Punto Internacional	Cra 6 No 17-44	7730427	Julio Cruz
80	Mi Tolipaisa S.A.S	Cra 6 No 15-87	7736959	Julio Cruz

24	CAI Policía B/ Champagnat		3156549386	
25	CAI Policía B/Centenario		7256173	
26	Estación Bomberos Voluntarios		119	
27	Defensa Civil		114	
<b>Centros de Transporte</b>				
28	Aeropuerto San Luis		2775247	
29	Terminal de Transporte Terrestre de pasajeros		7730072	
<b>Transporte Municipal</b>				
30	Colectivos Ciudad de Ipiales	Cra 6 No 3B E- 41/Barrio El Charco	7733886	Julio Cruz
31	Cooperativa Supertaxis del Sur	Av Panamericana No 6-79	7732100	Clara Correa
32	Autopanamericano de Transportes S.A	Cra 1 No 1A-100	7730072-7737399 7736340	Fernando
<b>Estaciones de Servicio</b>				
33	Combuscol El Litoral	Cra 1A No. 15-16	7732357	Andrés Guzmán C.

<b>Agencias de Viaje</b>				
81	Integral Tours	Calle 16 No 7-77	3163692891- 7730171	Integral Tours AGENCIA DE VIAJES Y TOURS TEL: 3171717 3163692891 Cra 16 No 7-77
82	Frontera Tours	Cra 6 No 16-25 2 piso	7738076 3173577971	Agencia de Viajes FRONTERA TOURS Cra 6 No 16-25 Tel: 7738076 - 3173577971
83	Selva Viajes y Turismo Ltda	Calle 16 No 6-68	7256513	Selva Viajes y Turismo Ltda Calle 16 No 6-68 Tel: 7730076 - 317410006



Anexo 32. Lista de registros de empresas y cancelación total de costos

MAPA TURISTICO Y COMERCIAL DE IPIALES

CLIENTE	VALOR	SALDO	RECIBO DE CAJA
HOTEL ANGASMAYO	200000		1351
TORRES DE CRISTAL	200000		1352
HOTEL LOS ANDES	200000		1353
ESTACION DE SERVICIO SUPERTAXIS	200000		1354
HOTEL ZARACAY	100000	100000	1355
FRONTERA TOURS	200000		1356
ZONA BROSTER	100000	100000	1357
RESTAURANTE RODIZIO	100000	100000	1368
INTEGRAL TOURS	200000		1370
SERVISUR(3 ESTACIONES)	500000		1374
COMBUSCOL EL LITORAL	200000		1375
AUTOPANAMERICANO	100000	100000	1376
HOTEL EL NOGAL	200000	300000	1377
RESTAURANTE CHUNG WAN	150000		1379
CC ESTRELLA	400000		1380
RESTAURANTE TERRAZA	200000		1380
RESTAURANTE LA IGUANA AZUL	50000	150000	1381
ESTACION DE SERVICIO PANAMERICANA			
TERPEL	200000		1382
CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRIZ JIM	200000		1383
ALMACENES EXITO	500000		1384

*10 MAPAS*  
*50 MAPAS - Total*  
*10 MAPAS*  
*10 MAPAS*  
*50 MAPAS*  
*10 MAPAS*  
*10 MAPAS*  
*10 MAPAS*

Anexo 33. Promoción Mapa Turístico en sectores estratégico de Ipiales

