

ESTUDIO PROSPECTIVO PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA QUE  
PERMITA RECOPIRAR DATOS Y PROMOVER LA CALIDAD DEL TURISMO  
HISTORICO-RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYAN AL AÑO 2012



INVESTIGADORAS:  
EDILMA AMPARO PEÑA DORADO  
ZULMA XIMENA ZÚÑIGA SAMBONI  
OXMANI CAMPO TAFUR

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y  
DE NEGOCIOS - ECACEN  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SEMINARIO DE PROFUNDIZACIÓN  
ESCENARIOS DE PROSPECTIVA ESTRATEGICA  
FACULTAD: ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CEAD POPAYAN  
SEPTIEMBRE DE 2009

### EXPERTOS PARTICIPANTES

	NOMBRE	CARGO	NIVEL EDUCATIVO
E 1	JAIME BURBANO	Coordinador de turismo departamental	Profesional en comercio internacional. Especialista en: gerencia negocios internacionales.
E 2	LUISA FERNANDA ZAPATA	Gerente proyecto investigación atractivos turísticos del depto.	Administradora de empresas.
E 3	JHON ORTIZ MARTINEZ	Coordinador turismo Policía Cauca	Ingeniero de sistemas y Administrador de empresas turísticas
E 4	REYNALDO MUÑOZ	Coordinador turismo y Cultura Cámara Comercio del Cauca	Administrador de empresas
E 5	JOSE ANDRES CASTRILLON MUÑOZ	Coordinador mesa turismo Proyecto Visión Cauca	Magister
E 6	LUISA ORTUA GUTIERREZ	Pasante turismo	Estudiante Universidad del Cauca

Cuadro 1: Expertos participantes

**NOTA DE ACEPTACIÓN:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

JURADO

---

JURADO

---

JURADO

Popayán, Octubre de 2009



## DEDICATORIA

A nuestros Padres, que con su ejemplo y dedicación, hicieron de nosotras personas de bien y nos indicaron el camino del conocimiento y del saber para hacernos útiles a la sociedad, nuestras familias y a nosotras mismas.

A nuestros hijos, por permitirnos alejarnos de su lado, para formarnos como personas y como madres.

A todos nuestros seres queridos, por apoyarnos y brindarnos su confianza, para lograr nuestros proyectos de vida

GRACIAS



## AGRADECIMIENTOS

Las autoras del presente trabajo, agradecen sinceramente a:

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, por acogernos y brindarnos los conocimientos necesarios para desenvolvemos profesionalmente y contribuir al progreso de nuestra región.

Tutores y asesores, por compartir con nosotros sus conocimientos y experiencias.

Todas aquellas personas que de una u otra forma, contribuyeron a consolidar nuestra meta.

LAS AUTORAS



## TABLA DE CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN

### ESTRUCTURA METODOLOGICA

#### 1. SELECCIÓN Y DEFINICION DEL TEMA DE INVESTIGACION

##### 1.1. Tema de investigación

##### 1.2. DELIMITACIÓN DEL TEMA

###### 1.2.1. Delimitación geográfica.

###### 1.2.2. Delimitación temporal.

#### 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

##### 2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

##### 2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

##### 2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

#### 3. OBJETIVOS

##### 3.1 OBJETIVO GENERAL

##### 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

#### 4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5. MARCO REFERENCIAL

##### 5.1 MARCO TEÓRICO

###### 5.1.1 Breve Historia del Turismo:

###### 5.1.2 Importancia Socio – Económica y Cultural del Turismo.

###### 5.1.3 Clases de turismo: Turismo Social.

##### 5.2 MARCO CONCEPTUAL

##### 5.3 MARCO LEGAL

##### 5.4. MARCO GEOGRÁFICO

###### 5.4.1 Marco Histórico

###### 5.4.2 Marco espacial

#### 6. ESTADO DEL ARTE DEL TURISMO



The Millennium Project

6.1. PASADO

6.2 PRESENTE

6.3 FUTURO

7. ANALISIS PROSPECTIVO

7.1 DESCRIPCION DE LAS VARIABLES

7.2 DESCRIPCION DE LOS ACTORES CLAVES DEL PROBLEMA

7.3 DESCRIPCION DE LOS OBJETIVOS DE LOS ACTORES

8. METODO DELPHI - ENCUESTA A EXPERTOS

8.1 ENCUESTA PRELIMINAR

8.2 ESTA ESTRUCTURADA

8.3 ENCUESTA DEFINITIVA

9. INFORME MICMAC

10. METODO MACTOR

10.1 ANALISIS DE RELACION ENTRE ACTORES

10.4 CONSTRUCCION DEL ESCENARIO IDEAL

11. CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA:



## LISTA DE CUADROS

- Cuadro 1. Lista de expertos
- Cuadro 2: Tipos de turismo en Colombia
- Cuadro 3: Descripción de variables
- Cuadro 4. Descripción de los expertos participantes
- Cuadro 6: Idoneidad para informar sobre turismo histórico religioso de la  
ciudad de Popayán
- Cuadro 7: Nivel de conocimiento
- Cuadro 8: Mejor estrategia
- Cuadro 9. Tendencias del turismo al año 2012
- Cuadro 10. Actores relevantes
- Cuadro 11. Variables de mayor influencia
- Cuadro 12 Escenario futuro
- Cuadro 13. Mariz de influencias
- Cuadro 14. Matriz de Influencias Directas Potenciales (MIDP)
- Cuadro 15 : Plano de influencias / dependencias directas
- Cuadro 16. Relaciones entre actores y variables
- Cuadro 17. Matriz de influencia directas
- Cuadro 18. Matriz de Posiciones Valoradas (2MAO)
- Cuadro 19. Matriz de influencias directas e indirectas (MIDI)
- Cuadro 20. Plan DOFA



## TABLA DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Gráfica 1: Idoneidad para dar información sobre el turismo histórico religioso

Gráfica 2: Nivel de conocimiento

Gráfica 3: Mejor estrategia

Gráfica 4. Tendencias del turismo al año 2012

Gráfica 5. Actores relevantes

Gráfica 6. Variables de mayor influencia

Gráfica 7. Escenario futuro

Gráfico 8. Influencias directas potenciales

Gráfico 9. de influencias directas potenciales

Gráfico 10. Influencias indirectas potenciales

Gráfico 11. de influencias indirectas potenciales

Gráfico 12. Influencias indirectas potenciales

Gráfica 13. Plano de influencias y dependencias entre actores

Figura . 1 Facha de la Catedral

Figura. 2 La Ermita

Figura 3. Panorámica de la ciudad de Popayán

Figura 4. Municipio de Popayán

Figura 5. EJE DE SCHWARTZ

Figura 6. Escenario 1.

Figura 7. Escenario 2.

Figura 8. Escenario 3

Figura 9. Escenario 4.

## RESUMEN

Este trabajo se propone un estudio Prospectivo para diseñar una estrategia que permita la recopilación de datos y promover la calidad del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, al año 2012, que sirva para que tanto turistas como payaneses y caucanos, conozcan cual es el potencial que tiene la ciudad, en lo concerniente a esta clase de turismo, sus sitios de interés tanto históricos como religiosos y los beneficios que ello aporta a la economía de la ciudad. Se desarrollaron tres fases, a saber: estructura metodológica, análisis prospectivo y análisis estratégico. Así mismo hubo una estructura metodológica con los objetivos, justificación, marco referencial y estado del arte del turismo histórico religioso de la ciudad de Popayán, Cauca.

Se hace el análisis prospectivo, con la escogencia de un grupo de expertos que colaboran y ayudan a determinar los factores de mayor incidencia en el problema de estudio. Se aplica el método Delphi, con una encuesta para determinar las causas y efectos de los datos existentes, se identifican los actores sociales más importantes del problema, así como los escenarios futuros. En esta fase, se lleva a cabo también, el análisis estructural, el análisis del juego de actores y el análisis morfológico, para la cual se utilizan los métodos prospectivos de la LIPSOR, Micmac y Mactor, respectivamente. En la tercera fase, se hace el análisis estratégico, se retoman los escenarios, alternos y apuesta, con sus objetivos estratégicos, metas, programas, plan de acción y mecanismos de seguimiento, correspondiente a la propuesta prospectiva y estratégica para el diseño de la estrategia que permita la recopilación de datos y la promoción de la calidad del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, Cauca.



## ABSTRACT

This paper proposes a Prospective study to design a strategy for data collection and promote the quality of the religious history tourism in the city of Popayán, the year 2012, serving so tourists, payaneses and caucanos, are aware of what the potential of the city, concerning this kind of tourism, both historical and religious sites of interest and benefits that it brings to the economy of the city. Developed three phases, namely: methodological structure, prospective analysis and strategic analysis. There was also a methodological structure with objectives, justification, referential and State framework of art of the city of Popayán, Cauca religious history tourism. Make the prospective analysis with the choice of a group of experts to work together and help to determine the highest incidence in the problem of study factors. Applies the Delphi, method with a survey to determine the causes and effects of existing data identify major stakeholders of the problem, as well as future scenarios. At this stage is carried out also, structural analysis, analysis of the game of actors and morphological analysis, which are used to prospective methods of the LIPSOR, Micmacs and Mactor, respectively. In the third stage is made and strategic analysis, modelled scenarios, alternating and bet, with its strategic objectives, goals, programmes, plan of action and follow-up, corresponding proposal foresight and strategic for the design of the strategy to data collection and the quality of the religious in the city of Popayán, Cauca historical tourism promotion mechanisms.



## INTRODUCCIÓN



Fig. 1 Fachada de la Catedral



Fig. 2 La Ermita

La industria turística es hoy en día un sector reconocido como uno de los mayores aportantes de la economía de una región.

Popayán, es una ciudad turística por excelencia y es a nivel internacional conocida como una ciudad de mayor tradición histórica religiosa.

Es por ello, que se propone este Estudio Prospectivo para diseñar una estrategia que permita la recopilación de datos del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, al año 2012, que sirva para que tanto turistas como payaneses y caucanos, conozcan cual es el potencial que tiene la ciudad, en lo concerniente a esta clase de turismo, sus sitios de interés tanto históricos como religiosos y los beneficios que ello aporta a la economía de la ciudad.

Para lograr desarrollar esta investigación se ha dividido el estudio en tres fases, a saber: estructura metodológica, análisis prospectivo y análisis estratégico.

En la estructura metodológica, se presenta la selección, definición, delimitación y planteamiento del problema de investigación. Además, se plantean los objetivos y la justificación del trabajo, el marco referencial de la investigación y el estado del arte del turismo histórico religioso de la ciudad de Popayán, Cauca.

En la segunda parte, se realiza el análisis prospectivo. Esta etapa se inicia con la escogencia de un grupo de expertos que colaboran y ayudan a determinar los factores de mayor incidencia en el problema de estudio, para lo cual se acude al método Delphi, con una encuesta para determinar las causas y efectos de los datos existentes y a recoger del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán. La consulta a expertos permitirá establecer y priorizar las variables más sobresalientes respecto al problema. Igualmente, se identifican los actores sociales más importantes del problema, así como los escenarios futuros. En esta fase, se lleva a cabo también, el análisis estructural, el análisis del juego de actores y el análisis morfológico, para la cual se utilizan los métodos prospectivos de la LIPSOR, Micmac y Mactor, respectivamente.

Para la tercera fase, que trata sobre el análisis estratégico, se retoman los escenarios, alternos y apuesta, de la fase anterior (análisis prospectivo). Posteriormente, se presentan los objetivos estratégicos, las metas, los programas y el plan de acción, los mecanismos de seguimiento, todo ello correspondiente a la propuesta prospectiva y estratégica para el diseño de la estrategia que permita la recopilación de datos y la promoción de la calidad del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, Cauca.

Finalmente se plantean las conclusiones y un artículo reflexivo sobre el problema a tratar.



## ESTRUCTURA METODOLOGICA

### 1. SELECCIÓN Y DEFINICION DEL TEMA DE INVESTIGACION

#### 1.1. Tema de investigación

Recopilación de datos y promoción de la calidad del Turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, Cauca: Estudio prospectivo para diseñar una estrategia que permitan recopilar datos y promover la calidad del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, Cauca, al año 2012.

#### 1.2. DELIMITACIÓN DEL TEMA

**1.2.1. Delimitación geográfica.** Popayán, es una de las ciudades más tradicionales y bellas de Colombia y una de sus principales joyas arquitectónicas. La majestuosidad colonial de sus construcciones la convierte en patrimonio cultural de la nación, donde turistas y visitantes quedan admirados por su arquitectura y calidez de sus gentes, no en vano es conocida por propios y extraños como La Jerusalén de América, entre los lugares de interés están La Capilla de Belén, Los Templos Religiosos de La Ermita, San Francisco, El Carmen, La Encarnación, San José, Santo Domingo, San Agustín y La Basílica Primada de La Catedral, los Museos , la arquitectura de la Universidad del Cauca, La Casa Valencia, La Casa Caldas, La Casa Mosquera, La Casa Calibio entre otras, los Museos de Arte Religioso donde se guardan objetos coloniales de gran valor, y muchos sitios más, de gran valor histórico religioso, lo que permite llevar a cabo esta investigación, con la seguridad de que será un gran aporte al turismo en la ciudad de Popayán.

**1.2.2. Delimitación temporal.** La delimitación temporal para el presente trabajo investigativo, va hasta el año 2012, tiempo necesario y suficiente tanto para la recopilación de datos, memorias, archivos y bibliografías pertinentes para diseñar una estrategia bien fundamentada y concisa que pueda ser soporte para la promoción del turismo histórico-religioso y la calidad del servicio, como un aporte a la economía de la ciudad.



## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El problema que se estudiará, será la manera cómo se puede implementar una estrategia que permita la recopilación de datos históricos religiosos en la ciudad de Popayán, Cauca. a través de un estudio prospectivo, para optimizar la competitividad en los servicios turísticos y obtener mejor y mayor índices económicos, que redundarán en beneficio de la región.

### 2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Popayán es famosa por la celebración de la Semana Santa, una tradición que se remonta a tiempos de la Colonia y que sus habitantes han conservado celosamente. Procesiones solemnes recorren las calles de Popayán, como parte de un acontecimiento que cuenta con la participación de feligreses llegados de todos los rincones del país. También en esos días se celebra el Festival de Música Religiosa, que congrega grupos musicales especializados en este género, provenientes de varios países. Para el visitante que realmente desee vivir una experiencia que le enseñe la intensidad con que se vive la tradición del pueblo payanés, no hay nada mejor que asistir a la célebre temporada de Semana Santa en Popayán.

La Semana Santa en Popayán es una festividad de gran despliegue religioso, tradicional como la de Sevilla en España, e igualmente noble en su presentación y espléndida en sus detalles. De las tradiciones payanesas, es la única que ha resistido, resiste y resistirá el empuje mercantilista de los nuevos tiempos y el despreocupado escepticismo del payanés de siempre.

Teniendo como antecedente esta festividad, además de ser Popayán, una ciudad ancestral, tiene una gran historia que desde la época colonial, se convirtió en el sitio obligado de parada dentro de la ruta comercial entre Quito y Cartagena de Indias y hoy en día, es sitio de descanso y de religiosidad en





época de la Semana Santa, como también en otras épocas, por la repercusión que Popayán ha tenido como cuna de grandes hombres, su historia religiosa, sus museos, su arquitectura, etc., que la convierte obligatoriamente en centro de atractivo turístico.

El problema que siempre se ha tenido, es la poca información existente, la falta tanto de recursos financieros, humanos y lo más grave, la falta de una base de datos que recopile toda la memoria histórica religiosa de la ciudad. Por consiguiente, la falta de un verdadero estudio prospectivo y de una propuesta definida en torno a la recopilación de datos acerca de su historia, su cultura, su atractivo turístico es lo que hace que Popayán, pierda el interés turística de tiempos pasados y se esté desaprovechando el potencial turístico de la ciudad.

## 2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Al realizar un estudio prospectivo para diseñar una estrategia que permita recopilar datos y promover el turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán al año 2012, se logrará el fortalecimiento del turismo en la ciudad?

## 2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Para poder sistematizar el problema que se presenta, e implementar una estrategia turística en la ciudad de Popayán, a través de un estudio prospectivo, se tendrá en cuenta lo siguiente:

- 1.- ¿Qué ha sucedido con el fortalecimiento de instituciones como la Oficina de Turismo, y la Junta permanente Pro-Semana Santa?
- 2.- Cual es el motivo de la falta de datos en las entidades dedicadas al turismo en Popayán.

- 3.- Las autoridades payanesas y caucanas, son conscientes de la importancia del turismo histórico religioso de la ciudad de Popayán?
- 4.- Cuales son los principales actores del problema?
- 5.- Qué papel desempeñan estos actores, frente al turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán?
- 6.- Cuales son los actores principales que pueden contribuir a recopilar los datos necesarios para recuperar la memoria histórica religiosa de la ciudad de Popayán?
- 7.- Cuales serán las estrategias a seguir?
- 8.- Cual será el posible escenario futuro?
9. Es posible la sistematización y recopilación de los datos necesarios, antes del 2012?

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia que permita recopilar datos y promover la calidad del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán al año 2012.

#### 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Crear y posicionar una imagen turística histórica-religiosa de la ciudad de Popayán, dirigido a turistas nacionales y extranjeros.

Construir una “base de conocimientos” para hacer de estos atractivos turísticos, productos especializados en cultura que contribuyan al desarrollo económico y cultural de la ciudad.

Dinamizar las condiciones turísticas de Popayán, involucrando en el proceso a todos los actores de la actividad turística departamental, municipal y regional.

Desarrollar un sistema flexible y auto-sostenible para administrar la información turística histórica religiosa de la ciudad de Popayán.

Establecer una estrategia clara y concreta para posesionar el turismo histórico religioso como el principal renglón de la economía payanesa

#### 4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En el contexto global, el turismo se ha manifestado como la industria de más rápido crecimiento en el mundo y con amplias implicaciones en los ámbitos ambiental y sociocultural de los pueblos del mundo.

Esta importancia de la actividad, se evidencia en la contribución económica, como generador de divisas para la mayoría de países, representando uno de los sectores que más dinero genera anualmente.

Por tales razones, el turismo es una actividad de gran relevancia para la sociedad actual, especialmente por ser un factor que permite el aprovechamiento del tiempo libre y su ejercicio como derecho para la humanidad, así como mecanismo de conocimiento e intercambio cultura entre los pueblos del mundo.

Impulsar el turismo genera la capacidad de crear nuevos emprendimientos, generación de empleos y con la potencialidad de consolidar verdaderamente una cadena productiva en torno a las industrias culturales de acuerdo con el modelo de desarrollo económico y de cultura local.

Se justifica también este trabajo, en la posibilidad que la comunidad payanesa, encuentre en esta propuesta, la forma de reactivar la economía local, porque con una buena orientación turística, basada en una excelente recopilación de datos históricos religiosos y la promoción de la calidad de servicio de los sitios más emblemáticos de la ciudad, la economía empezará a fortalecerse y por ende la calidad de vida de los payaneses.



## 5. MARCO REFERENCIAL

### 5.1 MARCO TEÓRICO

La tecnología y práctica del turismo es la materia que permite un gran desenvolvimiento en el campo de la actividad Turística. El turismo es una industria generadora de divisas, empleos, balanzas de pagos favorables y un efecto multiplicador que debe ser canalizado por el camino que mas convenga al país.

La necesidad del hombre por hacer buen uso de su tiempo libre no es novedad. Ya en los tiempos antiguos, el tiempo libre era dedicado a la cultura, la religión, el deporte y la diversión. El ser humano tiene la tendencia a cambiar de sitio, y a su vez se beneficia de las bondades que le ofrecen los lugares distintos de donde habita usualmente: cualquier desplazamiento temporal, con causas ajenas al lucro es: **TURISMO**

El Turismo es interpretado por cada quien dependiendo de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para hacer posible el TURISMO y las relaciones que surgen de éste, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determinan el gusto de una persona por visitar un lugar para satisfacer sus necesidades de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.

“Se calcula que las industrias culturales generan en el mundo un 7% del Producto Interno Bruto. El turismo cultural forma parte de las apuestas que hace el Ministerio de Cultura para que Colombia internacionalice su riqueza y su diversidad, y como un elemento de crecimiento dentro de los sistemas



políticos actuales”<sup>1</sup> Las cifras económicas así lo reflejan: en 2007, el turismo fue el tercer sector exportador de Colombia y el primero en exportaciones no tradicionales, según estudios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. De igual manera, el ingreso de turistas extranjeros al país reportó un crecimiento del 14.4% durante el primer trimestre de 2009, en comparación con el mismo período en 2008.

*“Para el 2009 se espera seguir aumentado los niveles de percepción y confianza sobre el país, porque el Gobierno y el sector privado trabajan de la mano para fortalecer la promoción internacional. Prueba de ello es el aumento de extranjeros que visitan el país”,* afirmó el presidente de la Asociación Hotelera de Colombia, Cotelco, Jaime Alberto Cabal.

**5.1.1 Breve Historia del Turismo:** <sup>2</sup> En el 776 a. C se celebraron los primeros **Juegos Olímpicos** que consistían en competiciones atléticas en honor a los dioses de Olimpo, ofreciendo sus prestaciones artísticas y atléticas como obsequio. Muchas veces también se realizaban sacrificios y rezos en honor a algún dios en específico. Aunque de menos renombre también se celebraban los festivales Pitios, los Ismios y los Nemeos. Estas celebraciones movilizaban a un gran número de personas, que por supuesto, necesitaba de transporte y calzadas para desplazarse. El sistema de pavimentación era muy parecido al de los persas y normalmente viajaban a pie o en burro.

Grecia contaba con una red de hoteles que tan sólo ofrecían una cama para pasar la noche. No contaban con comedores ni baños, aunque en cada ciudad

---

<sup>1</sup> Palabras de la Ministra de Cultura, Paula Marcela Moreno, pronunciadas en el Encuentro Internacional de Turismo, Patrimonio Histórico e Industrias Culturales llevado a cabo en Popayán, los días 3 a 5 de Junio de 2009.

<sup>2</sup> FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. Historia General del Turismo de Masas, Alianza Universidad Textos Alianza editorial, 1991, Madrid.

se construían unos baños públicos abiertos a todo el mundo donde los turistas debían llevar su propia toalla. Se quitaban la ropa y la guardaban en unas taquillas especiales para que nadie se la robara, y seguidamente un empleado se encargaba de echarles jarras de agua fría y caliente.

Eran muy comunes las peregrinaciones a los distintos templos de Grecia y a los oráculos, el más importante quizá sea el de Apolo en Delfos y entre los santuarios más visitados destaca el de Esculapio, dios de la medicina. Las tierras griegas también ofrecían baños medicinales, *resorts* a la orilla del mar, festivales de teatro y la oportunidad de ver monumentos como la Acrópolis de Atenas, que a partir del siglo V a. C se convirtió en uno de los sitios más visitados del mundo antiguo. Los griegos también se preocuparon por visitar otros países, como por ejemplo Egipto. En la mayoría de los casos estas visitas eran por asuntos militares o de comercio, aunque se sabe que las pirámides llegaron a atraer a muchos “turistas”.

Como dato curioso: ya en la antigua Grecia existían los predecesores de los actuales consulados. Se llamaban *proxenos* y acogían a los extranjeros que, al estar privados de todo tipo de derecho por su condición de no ciudadanos se veían en problemas a la hora de encontrar transporte para volver a su ciudad o país, que necesitaban hospedaje, o incluso algún préstamo para poder continuar con su viaje. Muchas veces los “cónsules” arreglaban con mercaderes pasajes en barco donde los “turistas” podían llevar sus propios sirvientes, ofreciéndoles comida y bebida.

**5.1.2 Importancia Socio – Económica y Cultural del Turismo.** El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socio-económico y cultural del país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas:



Es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera así mismo un mercado de empleos diversificados con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuanto a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Entonces generalizando el turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

**5.1.3 Clases de turismo: Turismo Social.** El III Congreso Interamericano del Turismo celebrado en 1949 lo define como "El que interesa al Estado en su función de promotor del bien público, en un plano que va más allá de la ventaja individual de los participantes y de la ventaja económica que puede surgir en los lugares donde se realiza". Según los Congresos Internacionales del Turismo "Es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan de la participación en el Turismo de las capas de población económicamente más débiles, así como el conjunto de medidas especiales por medios de las cuales dichas participación se hace posible y se facilita".

El turismo social es el que realiza una acción o conlleva al Estado, para un bien al público en función de proporcionar ventajas en aspectos económicos,



The Millennium Project



sociales, culturales, etc., que a su vez surge en lugares donde se puede realizar dichas actividades. Para el Congreso Internacional el Turismo se considera como un conjunto de relaciones los cuales se originan mediante la participación de la población, basándose económicamente en el conjunto de medidas para las cuales se hace posible y se facilita dicha participación.

**Turismo Cultural y Científico.** Es el tipo de turismo constituido por personas que se desplazan con el objeto de autoeducarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas a alto valor Cultural. El hombre desde la antigüedad a realizado y sigue efectuando grandes viajes, que reconfortan el espíritu y que le dan contenido a su desplazamiento.

Para analizar los efectos del Turismo se tendría que examinar el impacto Turístico acerca del hecho Cultural y Científico, pero es visible que dentro de los objetivos de viajes, dichas manifestaciones, en forma permanente impulsa el viaje por ende enriquecedor y compensador como ningún otro, o a la par de otros, y así procurar el logro del esparcimiento del mismo.

**Turismo de Negocios.** Aunque a primera vista parece un contrasentido, ya que el viaje turístico por naturaleza no involucra el lucro, no resulta tal cuando las personas que se desplazan (Profesionales de industrias determinadas, empresas, etc.) viajan con el fin de intercambiar ideas con sus colegas, adquieren experiencias, etc., propios de sus oficios, que indudablemente van a repercutir en sus negocios pero el viaje se ha efectuado como todos lo turísticos por vía de recreación, diversión, o sea, esparcimiento. El turismo de negocios no involucra diversión, sino que prácticamente se viaja con el fin de intercambiar ideas entre profesionales de industrias o empresas, para así llegar a un acuerdo y adquirir experiencias propias de sus oficios.



**Turismo de Descanso y Esparcimiento.** Se puede decir que el turismo de descanso y esparcimiento es aquel que proporciona a los turistas un breve momento de relajación, además de que el mismo le proporciona liberar el estrés y así mismo disfrutar de los maravillosos paisajes que le ofrezca el lugar que halla decidido visitar. Este tipo de turismo es el que más utiliza las personas, porque en sí éste les brinda comodidad y a su vez les permite relajarse y disfrutar del ambiente en el cual se encuentre.

**Turismo religioso:** Sobre turismo religioso existen algunas cifras que dan idea de la magnitud e importancia de esta práctica. Según la información que maneja el Vaticano, se estima que a los centros de culto religioso llegan alrededor de 220 y 250 millones de personas al año, de las cuales aproximadamente 150 millones son cristianos. Otros estimativos son aún más optimistas: Según Kevin Wright<sup>3</sup>, la industria de turismo religioso mueve más de 300 millones de viajeros y cerca de 18 mil millones de dólares. De estos un 56 por ciento, equivalentes a 10 mil millones, se mueven en Estados Unidos. De hecho el 25 por ciento de los turistas estadounidenses muestran un claro interés por el tema, razón por la cual en Estados Unidos hay más de 50 mil instituciones entre iglesias y otras organizaciones religiosas que promueven y organizan este tipo de turismo.

Las oportunidades de Colombia en este segmento son múltiples y amplias. Con una población cercana al 90 por ciento de católicos, Colombia es uno de los países que cuenta con las construcciones más antiguas de la región relacionadas con la colonización y la cristianización de siglos pasados. La misma construcción de los municipios colombianos, con la Iglesia como uno de los puntos clave de referencia, da a entender la importancia histórica y actual de la fe católica y de las prácticas religiosas en nuestro país.

---

<sup>3</sup> AYALA Castro Héctor: Introducción al turismo. Panorama Actual del Turismo Internacional. CD Maestría. Módulo Básico. La Habana 2002

PROEXPORT PROMUEVE EL TURISMO RELIGIOSO. Nubia Stella Martínez, vicepresidenta de Turismo de Proexport, afirma que la industria tiene un potencial enorme. Teniendo en cuenta que el número total de turistas alcanzó el año en víspera, la cifra de 898 millones y los turistas cuyos viajes son motivados por la fe representarían de un 24 por ciento a un 33 por ciento de este total. Las cifras estadísticas respecto a este tipo de turismo en el país no son claras. Pero, aunque no exista ningún estudio ni análisis estadístico del fenómeno, según las estimaciones de Proexport, de los más de un millón 222 viajeros que estuvieron en nuestro país en calidad de turistas durante el 2008, registrándose por los puntos DAS y sin incluir puntos fronterizos, un estimado de doce mil realizó la visita con el objetivo específico de turismo religioso. Si bien la cifra no parece ser representativa, se debe tener en cuenta que de la proporción que no realizó el viaje por motivos religiosos, existe una gran proporción que finalmente resultó visitando sitios de carácter religioso. Si bien es imposible determinar las cifras exactas al respecto, sí se debe tener en cuenta que el turismo religioso resulta una muy buena opción para cualquier turista que ya está en el territorio colombiano, así este no sea el motivo principal de su visita, afirmó Martínez. Por este motivo Proexport promociona en el exterior este producto tomando como referencia a España e Italia, por su gran tradición Católica y una del turismo religioso, al turismo de cultura religiosa

El turismo religioso se considera una de las formas más antiguas de turismo al combinarse conceptualmente con el fenómeno de la peregrinación. En realidad aún el debate alrededor de lo que es turismo religioso no ofrece -con nitidez- la distinción entre peregrinación, como motivación puramente religiosa del viaje, y la que no lo es; pero que se relaciona con el hecho religioso. El concepto turismo religioso es relativamente nuevo, quedan elementos por investigar y precisar teóricamente y nos faltan algunas referencias para poder



aplicarlo. Por esta razón es necesario recorrer el camino teórico y acercarnos al contexto cubano.

El turismo religioso está asociado a grandes centros que no fueron objeto de una planeación estratégica turística, sino que se convirtieron en núcleos receptores a partir de la historia de las peregrinaciones. Benarés, La Meca y Lhasa son centros religiosos del mundo oriental que reciben a millones de personas cada año; solamente la peregrinación Hajj a la Meca, uno de los megaeventos religiosos más grandes del mundo, reúne a más de un millón de personas en días señalados. En las religiones cristianas existe una gran actividad de turismo religioso que gira (fundamentalmente), alrededor de lugares sagrados para los creyentes; es el caso de santuarios como el de la virgen de Guadalupe en México, Fátima en Portugal y Lourdes en Francia y ciudades como Roma, Santiago de Compostela y Jerusalén, esta última lugar de confluencia, además, del judaísmo y el Islam.

En general, si se abarcan las diferentes religiones, se estima que los centros de peregrinación reciben entre 220 y 250 millones de personas cada año, sin incluir actividades de semana santa y sus procesiones que aumentarían considerablemente estas cifras. (Hosteltur, dic 2004: 30) A este turismo algunos le adjudican acontecimientos familiares, viajes para bautizos e iniciaciones y bodas<sup>4</sup>.

También tomaron importancia en los años del papado de Juan Pablo II los viajes por beatificaciones que multiplicaron el turismo religioso hacia la ciudad de Roma. Existen estudios que incluyen en el turismo religioso otras festividades como romerías, recorrido por iglesias y actividades relacionadas con el arte sacro y artesanal. (Robles, 2001). Urtasun -en un corto artículo de Hosteltur- coloca el turismo religioso en una posición intermedia entre la

---

<sup>4</sup> AYALA CASTRO Héctor: Introducción al turismo. Panorama Actual del Turismo Internacional. CD Maestría. Módulo Básico. La Habana 2002

actividad esencialmente religiosa y lo profano, atendiendo a las conductas que integran o combinan el deseo de alcanzar con su fe, el lugar sagrado con el de conocer nuevos lugares, satisfacer la curiosidad e incluso divertirse. (Urtasun, 2004: 7).<sup>5</sup>

El turismo religioso en Colombia, generado incluso desde fuera de Colombia, a través de grandes corrientes de viajeros, ha permitido consolidar algunos de los destinos de la fe católica, entre los que tienen mayor importancia, las Iglesias y sitios tradicionales de varias partes del país, y sobre todo en la ciudad de Popayán, (ejemplo, la Semana Santa), que por su impacto en el pensamiento religioso y la devoción, pueden ser considerados de gran importancia turística.

## 5.2 MARCO CONCEPTUAL

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria.

El turismo es un fenómeno social que tiene un impacto económico favorable para las comunidades receptoras, y que consiste en el desplazamiento de personas por diversos motivos, desde su punto de residencia fija a otros lugares en donde se constituye en la población flotante de ese lugar, sin participar en los mercados de trabajo y por más de 24 horas pero menos de seis meses<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> CARABALLO Kathleen, LUQUE Yuliana. Guía de Turismo (Manual del Instituto Educativo Metropolitano) Atlas de Venezuela en línea. anailuy27\_chica[arroba]hotmail.com. República bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes

<sup>6</sup> CORONADO M. Loreto, 1993, Concientización Turística.



**Importancia del turismo en el desarrollo social y cultural.** El turismo como fenómeno social tiene un gran impacto en el desarrollo social y cultural de un pueblo, tanto aquel que exporta turismo, como el que lo recibe. Cuando una persona viaja va haciendo sus propias fronteras, cambiando su forma de ver al mundo y a las gentes. Una nueva forma de vida, ajena y diferente a la suya propia, hace más grande su visión y su personalidad se enriquece al conocerlas.

**Tipos de turismo:** Los principales tipos de turismo varían en función de las actividades a realizar y del lugar donde se lleven a cabo. Algunos de ellos son:

**Turismo de sol y playa:** es el turismo por excelencia y el más masificado. En varios países se realiza principalmente en la temporada estival, aunque existen destinos soleados durante todo el año.

**Turismo cultural:** es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

**Turismo rural:** se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

**Ecoturismo:** se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales.

**Turismo de salud:** está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

**Turismo deportivo y de aventura:** tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte.

**Turismo gastronómico:** se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicos de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

**Turismo de ayuda humanitaria:** está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo.

**Los cruceros:** son una fórmula de vacaciones muy completa, porque ofrecen la posibilidad de visitar varios lugares en un periodo corto de tiempo a bordo de un hotel flotante. Generalmente, son viajes muy programados.

**El turismo religioso,** representa una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita. En latín la palabra primitiva peregrinus se refería a la persona que viajaba por países extranjeros o a aquella que no tenía derecho de ciudadanía. Surgió como una composición de dos vocablos per-agros que describía a la persona que camina (pasa) a través del campo, fuera del lugar de su residencia, lejos de casa (peregre -"en el extranjero", "no en casa"). El término peregrinatio significa una estancia fuera del país, una andadura, un viaje, una visita a los países extranjeros. En realidad fue tan sólo en el siglo XII cuando el vocablo peregrinatio empezó a designar ya unívocamente la práctica religiosa de visitar lugares sagrados. (Neum 1999. Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000 - Adalbert Rebic)

### 5.3 MARCO LEGAL

Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996)

2002: Ley 768 de julio 31 de 2002. Por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos Portuario e Industrial de Barranquilla, Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.

Ley 731 de 2002. Por la cual se dictan normas para favorecer a las mujeres rurales.

Decreto 1336 de junio 26 de 2002. Por el cual se modifica el Decreto Reglamentario 505 del 28 de febrero de 1997.

Resolución 0119 de febrero 12 de 2002. Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

Resolución 00738 de 2002. Por medio de la cual se definen las tasas aeroportuarias.

Resolución 0049 de enero 22 de 2002. Por la cual se establecen as tarifas de inscripción del Registro Nacional De Turismo.

Decreto 53 de enero 18 de 2002. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones.

2001: Ley 679 de 2001. Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad.





Decreto 2107 de 2001. Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control y regularización de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de inmigración.

Decreto 1824 de 2001. (Disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones)

Decreto 1825 de 2001. (Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los Guías de Turismo).

Decreto 1912 de 2001. (Reglamentación Tiempo Compartido)

Decreto 174 de 2001. Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial.

2000: Decreto 2194 de octubre 27 de 2000. Por el cual se modifica el plazo para la actualización del Registro Nacional de Turismo

Ley 561 de 2000. Por medio de la cual se autoriza a la Asamblea Departamental del Meta para ordenar la emisión de la "Estampilla de Fomento Turístico" y se dictan otras disposiciones.

Decreto 219 del 2000. (Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Desarrollo Económico

Sentencia C967 de 2000. Profesión de agentes de viajes (Corte Constitucional) 1999

Decreto 2485 de 1999. Por el cual se establece la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo a los equipajeros como prestadores de servicios turísticos.



Decreto 2395 de 1999. Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.

Resolución 221 de 1999. (Código de Ética del Guía de Turismo)

Resolución 220 de 1999. (por la cual se deroga la resolución numero 001 del 4 de agosto de 1997 y se reglamenta el consejo profesional de guías de turismo) 1997

Decreto 1075 de 1997. (Sanciones a prestadores turísticos)

Decreto 1076 de 1997. (por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.)

Decreto 502 de 1997. (por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996.)

Decreto 503 de 1997. (Reglamentación del ejercicio de la profesión de Guía de Turismo)

Decreto 504 de 1997. por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo

Decreto 505 de 1997. por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 300 de 1996

Decreto 972 de 1997. por el cual se reglamentan los planes de servicios y descuentos especiales en materia de turismo para la tercera edad.

1994: Decreto 1095 de mayo 30 de 1994. Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo.



1990 Ley 32 de 1990. (se reglamenta el ejercicio de la profesión de Agentes de Viajes)

## 5.4. MARCO GEOGRÁFICO

**5.4.1 Marco Histórico.** Popayán, es una de las ciudades más tradicionales y bellas de Colombia y una de sus principales joyas arquitectónicas. Aunque parte de sus edificaciones coloniales fueron destruidas por el terremoto del año 1983, ya han sido reconstruidas en su mayor parte.

Figura 3. Panorámica de la ciudad de Popayán



Fuente: Las Investigadoras

La majestuosidad colonial de sus construcciones la convierte en patrimonio cultural de la nación, donde turistas y visitantes quedan admirados por su arquitectura y calidez de sus gentes, no en vano es conocida por propios y extraños como La Jerusalén de América, entre los lugares de interés están La Capilla de Belén, construida en un promontorio que permite tener una vista

panorámica de la ciudad, Los Templos Religiosos de La Ermita, San Francisco, El Carmen, La Encarnación, San José, Santo Domingo, San Agustín y La Basílica Primada de La Catedral, **de donde salen sus Procesiones de Semana Santa** reafirmando nuestra fe católica; Los Museos que adornan nuestra ciudad avivan día tras día nuestro sentimiento Popayanajo al permitirnos reencontrarnos con nuestra historia, solo vasta darle una mirada a La Universidad del Cauca, La Casa Valencia, La Casa Caldas, La Casa Mosquera, La Casa Calibío entre otras, los Museos de Arte Religioso donde se guardan objetos coloniales de gran valor, entre ellas una colección de custodias elaboradas en oro y piedras preciosas, única en el país, La Escultura y Arte del Maestro Edgar Negret, el Museo del Maestro Efraín Martínez donde encuentran el registro de nuestra Noble, Hidalga e Ilustre ciudad, obras pictóricas que engalanan varias edificaciones y de manera especial en donde se encuentra ubicado el Concejo Municipal de Popayán, base de la Democracia Local. El Hotel Monasterio, El Puente del Humilladero, La Torre del Reloj, El Morro de Tulcán, Las Tres Cruces, El Pueblito Patojo y las Esculturas de Nuestros Próceres ubicadas en diferentes puntos de la ciudad, la convierten sin lugar a dudas en una atracción turística especial, en la que Poetas y soñadores se inspiraron bajo el resplandor de los atardeceres de nuestra Bella Villa.

A 55 kilómetros de nuestra Capital, en una región montañosa de hermosos parajes, se encuentra el Municipio de Silvia, un pueblo típico de casas de tapia pisada y plaza de mercado tradicional, en los campos circundantes habita la comunidad de Indígenas Guambianos, una población de costumbres ancestrales arraigadas. Otro de los atractivos de la región es el Parque Nacional Natural Puracé, que ocupa una superficie de 83.000 hectáreas en donde abundan lagunas, cascadas, volcanes, nevados y fuentes termales. A 70 kilómetros al oriente se encuentra el inactivo Volcán de Puracé y hacia el sur oriente el Volcán del Sotará.



The Millennium Project

Figura 4. Municipio de Popayán



Fuente: Alcaldía municipal de Popayán. Oficina de archivo. 2009

**5.4.2 Marco espacial.** La ciudad de Popayán, es la Capital del Departamento del Cauca y su posición geográfica se localiza en Latitud Norte 2° 27' Longitud Oeste del Meridiano de Grenwinch.

Fundada un 13 de enero de 1537, por Sebastián de Belalcázar, con una población aproximada de 250.000 mil habitantes, los cuales se encuentran asentados en una superficie de 512 kilómetros cuadrados, donde se encuentran pisos térmicos que van desde el clima frío, pasando por el medio y calido, donde su comercio tradicional se basa en la explotación de la

agricultura y la ganadería, con una temperatura promedio de 19.8° grados centígrados y una altitud media de 1.737 m.s.n.m.

Municipio de Categoría Segunda, por el número de habitantes y por el situado fiscal de ingresos del Sistema General de Participaciones, establecido por el Gobierno Nacional a través del Departamento de Planeación Nacional.

Sus limites: por el Norte con los Municipios de Cajibío y Totoró; por el Sur con los Municipios de Sotará y Timbio; por el Oriente con los Municipios de Totoró y Puracé y por el Occidente con el Municipio del Tambo.



## 6. ESTADO DEL ARTE DEL TURISMO

### 6.1. PASADO

Durante los siglos VIII y VII a. C se asentó la democracia y el comercio marítimo entre las *polis* y las diversas colonias, naciendo una nueva clase de comerciantes. Entre 499 - 449 surgen las **Guerras Médicas**, que enfrentan a Grecia con Persia, y más adelante, en 431 comienza la inevitable **Guerra del Peloponeso** entre Atenas y Esparta, que acabaría con la **Liga Délica** y dejaría a Grecia lo suficientemente débil como para que en 338 a. C el rey Filipo de los macedonios la conquistara.

Hay que tener en cuenta que la mayoría del turismo practicado en Grecia fue por parte de los atenienses, y no de los espartanos. La razón es simple, puesto que Atenas contaba con una inmensa mayoría de esclavos que hacían todo el trabajo, dejando a los artesanos, comerciantes y nobles, mucho tiempo libre para dedicarse a actividades de ocio. Sin embargo, en Esparta dedicaban la mayoría del tiempo a entrenarse en juegos militares y similares y los viajes de placer tan sólo se realizaban para atender a las competiciones atléticas.

En el 776 a. C se celebraron los primeros **Juegos Olímpicos** que consistían en competiciones atléticas en honor a los dioses de Olimpo, ofreciendo sus prestaciones artísticas y atléticas como obsequio. Estas celebraciones movilizaban a un gran número de personas, que por supuesto, necesitaba de transporte y calzadas para desplazarse. El sistema de pavimentación era muy parecido al de los persas y normalmente viajaban a pie o en burro.

Grecia contaba con una red de hoteles que tan sólo ofrecían una cama para pasar la noche. No contaban con comedores ni baños, aunque en cada ciudad se construían unos baños públicos abiertos a todo el mundo donde los turistas debían llevar su propia toalla. Se quitaban la ropa y la guardaban en unas taquillas especiales para que nadie se la robara, y seguidamente un empleado



se encargaba de echarles jarras de agua fría y caliente. Fue muy importante para la economía romana el comercio, que era desempeñado sobre todo por los libertos y los plebeyos, y que no hubiera podido ser posible sin las vías que unían todo el imperio. El comercio marítimo se desarrolló a través del Mediterráneo, del Mar Rojo y en parte del Atlántico en las llamadas “flotas comerciales”. Los puertos más importantes eran los de Alejandría y Ostia.

El pueblo romano fue el primero en realizar lo que hoy en día entendemos por turismo, es decir, un viaje (en la mayoría de los casos por placer) que incluye un desplazamiento pernoctando mínimo una noche y con menos de un año de duración a un lugar de destino, realizado, por supuesto, en tiempo libre y/o de ocio. Disponían de muchísimo tiempo libre, llegando a tener 200 días festivos al año (en el 345 d. C), aunque casi siempre este turismo lo practicaban los nobles. Viajaban para ver los templos del Mediterráneo, las pirámides y monumentos de Egipto, asistir a las Olimpiadas de Grecia y los mercados de Asia Menor. En muchos casos contrataban guías locales y solían comprar papiros que explicaban cierta área y sus posibilidades de entrenamiento. También adquirían *souvenirs* y tenían tendencia a grabar su nombre en las piedras de los monumentos que visitaban, como una especie de grafiti “a la romana”.

Los viajes se realizaban básicamente por tres razones: por placer, por negocios o por salud. El turismo religioso y las peregrinaciones a los templos pasaron a formar parte de cualquier itinerario mínimamente culto, y dejaron de ser lugares de rezo para convertirse en monumentos dignos de visitar. Durante el reinado del emperador Caracalla se construyeron las famosas **termas de Caracalla**, unos baños públicos que contaban con salas de vapor (saunas), piscinas, salas de gimnasia, de reposo, de masaje, e incluso bibliotecas y jardines. A lo largo de todo el imperio se fueron construyendo otros complejos termales. Durante la época del imperio se construyeron numerosos circos e hipódromos con el propósito de entretener a los



The Millennium Project



ciudadanos. Cada vez fueron más comunes los combates de gladiadores, los espectáculos donde intervenían leones y las carreras de cuádrigas. Era la táctica del “pan y circo” ideada por los emperadores romanos para mantener a la plebe interesada por los juegos y la comida, y no por los asuntos de estado.

Las peregrinaciones marcaron el turismo de esta época, que vivió el resurgir de los viajes por motivos otros que los de trabajo. La gente comenzó a movilizarse para asistir a las fiestas de lo pueblos cercanos 3 ó 4 veces al año, las ferias atraían cada vez a más gente y consecuentemente, se ampliaron las rutas y los hospedajes.

Con el descubrimiento de América en 1492 se impulsaron las expediciones marítimas no sólo españolas, sino también portuguesas, británicas y holandesas. Se descubrieron nuevas tierras, nuevas costumbres y nuevos alimentos y animales. Durante el periodo que abarca 1450 hasta 1750, Europa entró en una era de exploraciones marítimas y expansión económica que cambiaron completamente las pautas de la sociedad. Se conquistó, colonizó y explotó las nuevas tierras descubiertas por Cristóbal Colón en 1492, con los consecuentes aumentos de negocios y el nacimiento del capitalismo a mediados del siglo XVII. Los valores de la Edad Media se cambiaron por otros menos puritanos y el turismo conoció el nacimiento de muchos de sus elementos, como pueden ser los hoteles, el barco de pasajeros y las guías turísticas.

Es durante el siglo XVI cuando aparece por primera vez el nombre de *hotel* para designar a los hospedajes. Viene del francés y se refería a los *palacios urbanos*, normalmente utilizados para hospedar a los séquitos que acompañaban a los reyes en sus viajes por Europa, aunque fue comúnmente adoptado por los dueños de hospedajes al comenzar a construirse casas destinadas al alojamiento de personas que iban de viaje y necesitaban una

noche de descanso, o para aquellos que se hospedaban por un intervalo más largo de tiempo.

A mediados del siglo XVII los hijos de los nobles, burguesía y comerciantes ingleses debían complementar sus estudios realizando un viaje por las ciudades mas representativas de Europa. Es el conocidísimo antecesor del turismo de élite: el **Grand Tour**. Duraba entre seis meses y tres años e incluía casi siempre una obligada parada en Italia, que sorprendentemente era el pas peor comunicado de Europa y con las posadas menos desarrolladas, pero el más atractivo de la época. Francia era el segundo país más visitado.

**EDAD CONTEMPORÁNEA:** El siglo XVIII terminó con dos revoluciones, una en América y otra en Europa. Estados Unidos nació y dejaba de ser colonia inglesa para convertirse en un país de tan sólo diez estados comparados con los casi cincuenta y dos que lo forman hoy en día.

La **Primera Revolución Industrial** (1688) fue una transformación profunda, la más importante desde el Neolítico, de los sistemas de producción al aplicar a ellos nuevas máquinas que permiten producir mucho más y más deprisa. Dejó el camino preparado para los nuevos avances tecnológicos y a mediados del siglo XVIII se sucederían la revolución agraria, la revolución siderúrgica y la revolución científica.

Es casi imposible hablar de turismo sin comentar los tremendos avances de transporte. En los años que van de 1815 a 1845 comenzó la Era del Ferrocarril, todo empezó cuando **Stephenson** creó **La Fusse** o **Rocket** en 1829. En 1830 se abrió la primera línea oficial entre Manchester y Liverpool naciendo así el ferrocarril de la asociación de la máquina de vapor con los raíles. Toda una serie de innovaciones fueron añadiéndose. Entre 1830 y 1840 fue introduciéndose en Europa y E.E.U.U., el estadounidense **George Pullman**, a mediados del siglo XIX revolucionó el servicio de trenes creando

los primeros vagones con comodidades tales como un vagón - restaurante, el salón de juegos (tipo casino), el vagón dormitorio, que contaba con literas o camas y estaba exquisitamente decorado. Sus trenes también contaban con cuartos de baño. Estas invenciones pronto fueron adoptadas en Europa de la mano de **George Nagelmacker**, que creó la compañía *Wagons Lit.*, que poseía los trenes más lujosos de toda Europa. Es así como el **Orient Express** llegó a ser uno de los símbolos turísticos del Siglo XIX con su itinerario París - Estambul.

A principios del siglo XIX los balnearios y las playas eran los destinos turísticos por excelencia. Aconsejados por los doctores, aristócratas y burgueses emprendían viajes a balnearios como el de Spa en Bélgica o como Vichy en Francia para curarse de sus enfermedades, pues las aguas termales o las frías playas del Norte de Europa y del Canal de la Mancha eran muy buenas para la circulación y para las enfermedades de la piel. Los destinos de alta montaña, especialmente en Suiza y Austria, se hicieron muy famosos por las cualidades curativas que el aire puro tenía contra enfermedades como la tuberculosis. Pasados unos años y habiéndose hecho famosos estos lugares, su clientela dejó de ser estrictamente pacientes para convertirse en centros de reuniones sociales y en general, turísticos.

Con la entrada del siglo XX el destino turístico cambiaría por las cálidas aguas del Mediterráneo, que además ofrecía otros atractivos, como los tranquilos paseos por la orilla del mar sin pasar frío y sus benignas temperaturas. Al descubrirse los antibióticos y la penicilina la gente ya no tenía necesidad de recurrir a balnearios o playas para curarse. El *padre* de las agencias de viajes, **Thomas Cook**, revolucionó el concepto de viaje. En 1841 organizó en Inglaterra la primera excursión programada de la cual se tiene constancia llevando a unas 500 personas desde Leicester hasta Loughborough, en Inglaterra, cobrando un chelín por persona. También fue la primera excursión anunciada en tren. Enseguida fue copiada su idea por todo el mundo y,



The Millennium Project

mientras tanto, su compañía crecía rápido, organizando *tour*s por todo el continente Europeo, llegando más tarde al continente americano.<sup>7</sup>

Entre otros hombres que ayudaron a modelar el sector turístico del que disfrutamos hoy en día destaca: **Henry Wells**, estadounidense que constituyó junto a **William Fargo** la empresa **American Express**, inicialmente vinculada al transporte de mercancías y que más tarde se convirtió en una agencia de viajes y en una de las mayores entidades de emisión y financiación de cheques de viaje y tarjetas de crédito.

La *Primera Guerra Mundial* paralizó las actividades turísticas que no tuvieron tiempo de recuperarse del todo hasta después de la *Segunda Guerra Mundial*, puesto que en 1929 se produjo el **Gran Crack** en la bolsa de Wall Street, Nueva York, que afectó en tan solo unos días a toda Europa. Sin embargo, en 1925 con la creación de la **Sociedad de Naciones**, que aparecieron los primeros organismos oficiales de turismo, como la **UIOOT** (Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo) y la **AUT** (Alianza Internacional de Turismo).

**EDAD MODERNA:** Al finalizar la **Segunda Guerra Mundial** en 1945 el mundo entero se encontraba en un estado penoso. Se encontraron unos 10 millones de muertos en esta guerra y muchos más heridos, y las pérdidas materiales eran incalculables. Sin embargo en los 50 años casi todo el mundo de hallaba ya en estado de paz y de tranquilidad, pero ¿a qué se debe esto? Afortunadamente, la pronta reacción de las potencias y la creación de la **ONU** (Organización de las Naciones Unidas) marcaron el comienzo de la colaboración mundial. Con la **Delegación Universal de los Derechos Humanos** todo el mundo desarrollado y se supone que también el subdesarrollado se hacían iguales. En 1950 comenzó el *boom* turístico,

---

<sup>7</sup> Op. Cit. CARABALLO Kathleen, LUQUE Yuliana.

caracterizado por el turismo de masas. En estos años el turismo mundial crece rápidamente. Éstas son algunas de las causas más importantes:

La creación de la **OMT** (Organización Mundial del Turismo) y de la nacional **ONT** (Organización Nacional de Turismo).

El surgimiento de una nueva cultura del ocio en el mundo occidental que, proporcionó los desplazamientos.

La rápida recuperación económica de los países occidentales y de Japón, así como la consolidación de la clase media.

Las mejoras en las infraestructuras y en los medios de transporte públicos con la construcción de autopistas y el abaratamiento de los automóviles.

La mejora en las condiciones de trabajo con la jornada laboral de 40 h. y el mes de vacaciones al año que dieron paso al turismo social y al turismo de masa.

Las nuevas técnicas publicitarias y de marketing.

También en ésta época la *estandarización* del producto turístico llevado a cabo por los *tour - operadores*.

Los destinos principales eran las ciudades de Europa con el encanto de civilizaciones pasadas, como Roma, y las de aire cosmopolita, como Londres y París. Casi todo el turismo mundial lo realizaban los europeos dentro de Europa, y el resto era dominio de Estados Unidos, que también solía escoger como destino, a parte de interior, las Islas Hawai, el Caribe y Canadá. El destino turístico por excelencia de los Estados Unidos hasta 1959, y aún todavía, fue Cuba. A partir de los años 80, Cuba sería el destino principal de los españoles.

Las llegadas de turistas crecen a una velocidad de vértigo, y en 1988 se movilizan 392 millones de personas, casi todos con un deseo de evasión y de pasarlo bien sin hacer nada, encantado de contratar un paquete turístico y un servicio barato. El turismo de masa está pasando por su mejor época y los destinos preferidos son las costas, donde el turista puede, a la vez que relajarse en la playa, disfrutar por la noche de las actividades lúdica del lugar. La mayoría de estos desplazamientos ocurren en tres épocas del año: vacaciones de verano, vacaciones de Navidad y en Semana Santa.

La clase alta no suele elegir este tipo de turismo, sino uno de élite, como puede ser el turismo de invierno en los Alpes Suizos, o en complejos turísticos de lujo, como La Romana en República Dominicana o Marbella en España.

El Caribe ha ido creciendo poco a poco, y países como Puerto Rico y las Islas Bahamas se han convertido en los destinos de Estados Unidos principalmente dado que su condición de estados libres asociados. En el caso del Caribe y el resto de Latinoamérica abundan los turistas españoles. Entre los nuevos turismos destacan el turismo familiar, el turismo de aventura y el turismo rural.

La búsqueda de patrocinios por empresas privadas para desarrollar actividades culturales, hace parte de un modelo americano donde las empresas dedican gran cantidad de fondos a las manifestaciones culturales, ya que obtienen reducciones importantes en el pago de sus obligaciones tributarias, lo que se conoce además como 'Ley de Mecenazgo'. Instituto Nacional de Antropología e Historia de México La institución se ocupa de la conservación, difusión y salvaguardia del patrimonio en México, tiene una gran tradición y que alberga a cerca de 7 mil empleados, más unos 4 mil personas que prestan sus servicios al Instituto extendidos por todo el territorio nacional. De igual forma, está dentro de la estructura del Consejo Nacional

para la Cultura y las Artes, que podría ser equivalente a un viceministerio de cultura para México<sup>8</sup>.

## 6.2 PRESENTE

**Turismo en Colombia.** En Colombia, de acuerdo con la Ley 300 de 1996 del turismo, este sector se desarrolla a través de las siguientes actividades:

**Sector oficial:** integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, sus entidades adscritas y vinculadas y las entidades territoriales, así como las demás entidades públicas que tengan asignadas funciones relacionadas con el turismo, con los turistas o con la infraestructura.

**Sector mixto:** integrado por el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística y el Comité de Capacitación Turística.

**Sector privado:** integrado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones Gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico existentes y las que se creen para tal fin.

**Sector Educativo:** Subsector de la educación turística formal, en sus modalidades técnica, tecnológica, universitaria, de postgrado y de educación continuada; el cual es considerado como soporte del desarrollo turístico y de su competitividad. En Colombia, se consideran empresas de servicios turísticos, obligadas a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, los siguientes tipos de empresas<sup>9</sup>: Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas

---

<sup>8</sup> Periódico El Liberal de Popayán, Abril 9 de 2009

<sup>9</sup> 1 Artículo 62 de la ley 300 de 1996, modificado por el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006.



The Millennium Project

Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.

Las oficinas de representaciones turísticas.

Los guías de turismo.

Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.

Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.

Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a 75.500€.

Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.

Los concesionarios de servicios turísticos en parque.

Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

Colombia se localiza estratégicamente como punto intermedio entre América del Norte y América del Sur, y es dentro de ésta el único país que posee costas tanto en el Océano Pacífico como en el Atlántico. Esta posición geográfica le permite tener fácil acceso a los mercados norteamericano, europeo, latinoamericano, africano y asiático. La ubicación y geografía





colombianas, con vastas llanuras y áreas montañosas, que son una extensión de la cordillera de los Andes, explican la gran diversidad climática y la abundancia en recursos naturales. De hecho, Colombia posee entre el 14% y el 15% de la biodiversidad del mundo, en segundo lugar después de Brasil, ocupando tan solo el 0.77% de la superficie terrestre.

Es el cuarto productor de agua del mundo. En su geografía hay 4.500 microcuencas, 1.200 ríos, 1.600 lagos, 1.900 ciénagas, valles fluviales extensos, la montaña costera más alta del mundo, el lugar más lluvioso de todo el planeta, todos los climas y ecosistemas, gran parte de los llanos del Orinoco, y dos océanos, siendo el segundo país que posee costa sobre el Caribe, con una extensión de 1.600 kilómetros y 1.300 en el Pacífico. Como muestra de esa riqueza cuenta con 9.325.859 hectáreas declaradas como Parques Nacionales Naturales, que representan el 9% del territorio nacional; de estas hectáreas aproximadamente 1 millón tiene potencial ecoturístico. Así mismo, cuenta con cinco Reservas de la Biósfera declaradas por la UNESCO.

El país cuenta con numerosas áreas de desarrollo regional. Está organizado como una república descentralizada dividida en treinta y dos departamentos. Dichos departamentos se encuentran distribuidos en cinco regiones claramente diferenciadas en cuanto a localización geográfica, actividades y costumbres características, siendo estas: la región Andina, la región Caribe, la región del Pacífico, la región de la Orinoquia y la región de la Amazonía.

Uno de los principales activos de Colombia es su capital humano. Como resultado de la expansión en el cubrimiento educativo, la mano de obra colombiana es considerada como la mejor dentro de la Comunidad Andina y entre las mejor calificadas en América Latina para posiciones de manejo y operativas. La tasa de analfabetismo en adultos en Colombia, de 8.7%, es una de las más bajas en América Latina después de Argentina, Chile y Venezuela



y también figura entre las más equitativas entre hombres y mujeres, junto con Argentina y Brasil.

Colombia tiene la segunda población de Suramérica, una capital con 8 millones e habitantes, 22 ciudades con más de 100.000 y 8 con más de 500.000, cuenta con una población de 44 millones de habitantes, que crece a un 1,8% anual. Es el tercero más habitado en Latinoamérica y el segundo en Suramérica. Así mismo es el segundo país de América donde se habla el español y parte de la población tiene un conocimiento medio del inglés. El 90% de la población tiene menos de 50 años y el 78%, está en edad de trabajar.

En el ámbito de la formación turística, Colombia es líder en Latinoamérica al mismo nivel de países como México y Argentina que se distinguen en este tema. Es de resaltar la estructura académica de los diferentes niveles profesional, técnico y tecnológico, donde se han estructurado programas desde hace 30 años, que están en continua adaptación a las necesidades del sector. Colombia cuenta con 43 instituciones que incluyen programas académicos de turismo: 38 de educación formal y 5 programas de educación no formal; de las 38, 12 corresponden a formación universitaria, 9 a programas de formación tecnológica y 17 a programas de formación técnica.

Según las estimaciones de Proexport, de los más de un millón 222 viajeros que estuvieron en Colombia en calidad de turistas durante el 2008, un estimado de 12 mil realizó la visita con el objetivo específico de turismo religioso<sup>10</sup>. En la actualidad, son varios los sectores de la economía que se han ido integrando a las actividades turísticas, y de manera muy especial a aquellas relacionadas con el turismo arqueológico, rural, ecológico y religioso, este último más ligado con la capital caucana con la realización de sus procesiones en Semana Santa.

---

<sup>10</sup> CARDONA Santos, Carlos Mario. Periódico El Liberal, Abril 9 de 2009. Popayán, Cauca.



The Millennium Project

Para el arquitecto Francisco Javier López Morales, Director de Patrimonio Mundial del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México<sup>11</sup>, este tipo de manifestaciones han alcanzado un gran potencial, incluso convirtiéndose en un ancla importante para el desarrollo de la actividad económica en sus respectivos lugares. “Los lugares de peregrinación del mundo, atraen a millones de peregrinos en ciertas épocas”. En este aspecto, la Semana Santa puede ser a su vez un detonador de actividades que convergen hacia ella de carácter religioso, y a su vez puede generar otro tipo de acciones para desarrollar áreas como las artesanías o exposiciones de producción local.

La integración de las expresiones religiosas con las actividades de orden económico tiende a ser más una mezcla de manifestaciones culturales, que a su vez se complementan desde una mirada sociológica o antropológica por parte de las personas que acuden a ellas. En las manifestaciones religiosas, hay miles de personas que acuden a observar las tradiciones más famosas en diferentes pueblos del Continente, como por ejemplo Europa con sus procesiones, compartiendo así un mismo espíritu religioso, lo que deriva en una serie de actividades complementarias, sobre todo comerciales, que tienen una demanda enorme en toda la población del lugar donde se desarrollan, es el caso de la hotelería, la gastronomía, el consumo de otros productos, e incluso en las formas de vestir.

“En Sevilla por ejemplo la gente se viste de riguroso luto, por lo menos los sevillanos, y se venden peinetas, abanicos, discos con canciones religiosas y una serie de cosas que en otro momento yo creo que los comerciantes no venderían para nada”<sup>12</sup>, señaló López Morales. En este sentido, el papel de la comunidad es muy importante ya que debe hacerse cargo de todas estas expresiones, apoyada por las autoridades públicas, de allí que se requiera el

---

<sup>11</sup> Ibíd..

<sup>12</sup> Ibíd.

concurso, compromiso y claridad sobre cuál es la implicación que tiene la comunidad en toda la organización de las diferentes procesiones y demás manifestaciones que se hagan de carácter religioso.

Para el ex director de desarrollo de industrias culturales de la Unesco, Álvaro Garzón, la economía de la cultura ha tenido muchas definiciones, que en el ámbito de la Unesco han sido adoptadas en mayor o menor grado por los países. Por ser un concepto muy amplio, las industrias culturales en algunas partes se les denomina 'industrias creativas', en Inglaterra y Estados Unidos se les nombra 'industrias del entretenimiento' porque quieren darle el componente de cultura para fines de igualdad en el tratamiento del comercio internacional<sup>13</sup>.

**POPAYÁN PRESENTE:** Popayán es la capital del Departamento del Cauca, República de Colombia, Sur América. Se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar con una temperatura media de 19° C. Se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Población: 241.157 Habitantes

**Principales ríos:** Blanco, Ejido, Molino, Las Piedras, Cauca, Negro, Mota, Pisoje, Clarete, Saté y Hondo.

**Aspectos geográficos:** Por su ubicación en la zona andina, sobre la Falla de Romeral, que atraviesa el país de sur a norte, es de alta actividad sísmica. Limita al oriente con los municipios de Totoró, Puracé y el Departamento del Huila; al occidente con los municipios de El Tambo y Timbío; al norte con Cajibío y Totoró y al sur con los municipios de Sotaró y Puracé. La mayor extensión de su suelo corresponde a los pisos térmicos templado y frío.

---

<sup>13</sup> Ibíd.

**Máximas alturas:** Cerros: San Rafael Alto, Canelo, Puzná, Santa Teresa, Tres Tulpas, Tetilla. Máxima Alt: Puzná 3000 mts

**Precipitación:** 2417. Temperatura promedio anual: 19°C. Humedad relativa anual: 74%. Presión (Mbs): 1020. Extensión Territorial: 512 Km<sup>2</sup>

**Área urbana:** Predios Urbanos 52.346. Viviendas particulares Area Urbana: 38.536. Número de Comuna: 9. Número de Barrios: 165. Número de Urbanizaciones y Conjuntos Residenciales: 101. Juntas de Acción Comunal Urbana: 135. Inspecciones de Policía Urbanas: 3. Comisarías de Familia Urbanas: 1

**Área rural:** Predios rurales: 9.237. Viviendas particulares Area Rural: 4.387. Número de Corregimientos: 23. Número de Veredas: 71. Número de Inspecciones de Policía: 23. Número de Resguardos Indígenas: 2. Juntas de Acción Comunal Rural: 75

**Salud pública:** Hospital Universitario San José: 470 camas. Hospital Susana López de Valencia: 50 camas. Clínica I.S.S: 60 camas. Clínica La Estancia: 35 camas. Número de Centros de Salud: 13. Número de Puestos de Salud: 10

**Establecimientos educativos:** Preescolar: 142 con 4.938 alumnos. Primaria: 170 con 25.396 alumnos. Básica Secundaria y Media Vocacional: 75 con 30.182 alumnos. Universitaria: 18 establecimientos de estudio superior, entre presenciales y a Distancia..

**Comercial:** Establecimientos comerciales: 4.583. Establecimientos industriales: 514. Establecimientos de servicios: 2.178. Establecimientos financieros: 60. Establecimientos hoteleros, de turismo: 24 (448 habitaciones).

**Atractivos turísticos:** Como ya se habló anteriormente en el presente de Colombia, en Popayán, la cultura histórica-religiosa es muy fuerte: hay



muchas Iglesias coloniales, museos, las 13 custodias más antiguas del país, la Semana Santa famosa ya a nivel mundial y declarada hace poco como patrimonio de la Humanidad y los Carnavales de Blancos y Negros. La historia de Popayán se puede disfrutar día a día en cada uno de sus museos y monumentos. Visitarlos es una experiencia inolvidable, conocer los hechos y personajes que hicieron este país. Vivir el arte, sentir la naturaleza y maravillarse con cada objeto encontrado son palabras cortas para describir tan majestuosos mundos. **Museos:** Museo arquidiocesano, de Historia natural, Casa museo Negret, Casa museo Valencia, Panteón de los próceres, Torre del Reloj. **Iglesias:** La Catedral, San Francisco, San José, La Ermita, Belén, Santo Domingo, que son las iglesias de gran tradición y riqueza arqueológica.

Otro espacio que atrae a turistas de todo el mundo, es la celebración de la Semana Santa, que es el mayor atractivo turístico que tiene la ciudad y por medio del cual se ha dado a conocer por la fama que tiene esta celebración religiosa. La celebración de la Semana Santa, una tradición que se remonta a tiempos de la Colonia y que sus habitantes han conservado celosamente. Procesiones solemnes recorren las calles de Popayán, como parte de un acontecimiento que cuenta con la participación de feligreses llegados de todos los rincones del país. También en esos días se celebra el Festival de Música Religiosa, que congrega grupos musicales especializados en este género, provenientes de varios países

### **Otros atractivos turísticos de la ciudad:**

Puente del Humilladero, la Torre del Reloj, el Morro de Tulcán y el Hotel Monasterio, que funciona en lo que fue el antiguo monasterio franciscano



### 6.3 FUTURO

Colombia se ha caracterizado por ser uno de los países latinoamericanos de mayor estabilidad y solidez económica. Su desempeño económico ha sido eficiente, caracterizado por tener variables macro controladas, récord de pagos de deuda excelente y setenta años de crecimiento económico positivo.

Se ha adelantado un proceso de apertura y modernización, cuyo objetivo fundamental es el de internacionalizar su economía. Se han eliminado las restricciones existentes en materia de comercio exterior y se han simplificado los trámites, con el fin de hacer más ágil y expeditas las gestiones pertinentes en ese proceso de integración. Del total de la población colombiana, aproximadamente el 70% es urbano y el resto en los sectores rurales.

De acuerdo con el Estudio de Competitividad del Sector Turístico, se ha podido establecer que el turismo es para Colombia, dadas sus potencialidades y ventajas comparativas, una fuente de negocios e inversión tan buena como el petróleo y sus derivados pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios y a su efecto dinamizador sobre el resto de la economía. Sus múltiples atractivos permiten a Colombia la posibilidad de diseñar y competir con diversos productos turísticos para diferentes mercados. Colombia compite en un esquema de economía abierta en los mercados internacionales, es miembro activo de la Organización Mundial del Comercio, participa en este foro multilateral y hace parte de las negociaciones y acuerdos.

Basados en las inmensas potencialidades que puede ofrecer el país al viajero, al ser el único país de América que al mismo tiempo es Caribe, Pacífico, andino, llanero y amazónico, se está mejorando la competitividad del turismo colombiano progresivamente. Se estima que el mercado doméstico representa aproximadamente el 80% de la demanda turística del país y sus viajes se concentran estacionalmente en las 17 festividades patrias y religiosas nacionales que hay anualmente en el calendario laboral y en las temporadas



vacacionales escolares de mediados y fin de año. Los desplazamientos se realizan principalmente por vía terrestre a centros de dispersión cercanos a las grandes ciudades y por vía aérea a otros destinos.

Los productos turísticos principales de Colombia son: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos.

Actualmente el Gobierno Nacional viene llevando a cabo un programa destinado a promover el turismo doméstico, invitando a los colombianos a viajar por el territorio colombiano para que disfruten de los atractivos y destinos turísticos con que cuenta nuestro país.

Dicho programa hace parte de la Campaña Promocional “Vive Colombia”, dentro de la cual se han desarrollado caravanas turísticas, contando para el efecto con la colaboración de la Policía Nacional, autoridades de tránsito y sector privado comprometido con el turismo, todo dentro del programa de gobierno, denominado “seguridad democrática”, impulsado por el Presidente Uribe . El mencionado programa se ha desarrollado con éxito y, es así como en la pasada temporada de fin de año se movilizaron cerca de veinte millones de personas.

Las Zonas Francas Industriales de Servicios Turísticos fueron creadas como un instrumento de promoción del comercio exterior de los servicios turísticos, con el objetivo primordial de atraer inversión extranjera, en proyectos que ocupen como mínimo 50 hectáreas. Tienen un carácter de extraterritorialidad, lo cual significa que la introducción de mercancías tiene un régimen especial, debido a que no constituye importación, y sólo requerirá que dichos bienes estén destinados al transporte dentro de la zona franca, o



que el documento de transporte venga consignado o endosado a favor de un usuario de la zona en cuestión.

En la zona franca turística los usuarios gozan de régimen especial en materia fiscal, aduanera, cambiaria, de inversión de capitales y de comercio exterior. Se pueden introducir toda clase de bienes, materias primas, insumos o productos semielaborados, maquinaria y equipo extranjero o en libre circulación, así como aquellos bienes que se hayan beneficiado de un régimen suspensivo o de perfeccionamiento activo dentro del territorio nacional. Se exceptúan los bienes respecto de los cuales exista prohibición expresa por parte del Gobierno Nacional.

Las empresas establecidas en las zonas francas turísticas, gozarán de un sistema especial de cambio exterior que tiene por objeto facilitar sus operaciones en moneda extranjera. Pueden poseer y negociar toda clase de divisas convertibles dentro de la respectiva área, derivadas de operaciones de comercio exterior y cambios internacionales, que correspondan al ejercicio ordinario de la actividad industrial de bienes y servicios que se les autorizó ejercer. Los usuarios industriales de bienes y de servicios de las zonas francas turísticas están exentos del impuesto de renta y complementarios, correspondientes a los ingresos que obtengan por las ventas anuales a mercados externos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 53 del Estatuto Tributario, los pagos o abonos en cuenta por concepto de servicios técnicos y de asistencia técnica prestados por personas no residentes o no domiciliadas en Colombia, desde el exterior, no están sometidos ni al impuesto de renta ni al complementario de remesas. Los usuarios de las zonas francas turísticas no están obligados a reintegrar al mercado cambiario las divisas obtenidas por el valor de las ventas de bienes realizadas por la prestación de servicios. No obstante podrán reintegrar dicho valor cuando así lo estimen conveniente.



**EXENCIONES PARA ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO PRIORITARIO.** La Ley General de Turismo autoriza a los concejos municipales para establecer exenciones en las zonas de desarrollo turístico prioritario, declaradas como tales por los concejos municipales<sup>14</sup>.

La reforma tributaria aprobada mediante la Ley 788 de 2002, estableció unos incentivos para la inversión en el sector turístico, así: Se estableció una tarifa del Impuesto al Valor Agregado, IVA, del 7%, diferencial para los servicios de alojamiento y hospedaje, menor a la de los demás servicios. Se declararon exentos del impuesto de renta por un término de 30 años las nuevas inversiones para la prestación de servicios de alojamiento y hospedaje y de 15 años para remodelaciones o ampliaciones. El servicio de ecoturismo, certificado por el Ministerio del Medio Ambiente, estará exento del impuesto de renta por un término de 20 años.

Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina. Según el World Travel & Tourism Council (WTTC) para el período 2006-2015, se espera un crecimiento real anual de 4.5%, en la demanda por viajes y turismos en Colombia, pasando de un total de 7.243€ millones a 10.500€ millones en el 2015 superando así el crecimiento esperado en América Latina que será de 4.1%.

Tipo de Turismo	Características
PARQUES TEMÁTICOS, AGROTURISMO	Importante desarrollo de parques temáticos en la zona cafetera del país.
ECO TURISMO	Un sector con amplio potencial de desarrollo alrededor de todo el país. Lugar ideal para el ecoturismo gracias a su biodiversidad.

<sup>14</sup> Ley 608 de 2000

CULTURAL E HISTÓRICO	Grandes oportunidades de inversión alrededor de los destinos de relevancia histórica.
AVENTURA Y DEPORTES	En Colombia, las encumbradas montañas de la cordillera de los Andes son ideales para los deportes de montaña. Sus vientos favorables son perfectos para el deporte aéreo. Se está promoviendo la inversión en deportes acuáticos como el buceo.
CIUDADES CAPITALES Y FERIAS	Colombia tiene cuatro grandes áreas metropolitanas en las que se desarrollan numerosas actividades culturales y de negocios, además de diversos eventos, ferias y festivales que se celebran durante el año.

Cuadro 2: Tipos de turismo en Colombia

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) trabaja en la capacitación gratuita en áreas técnicas como la recepción de huéspedes, la organización de eventos y la ejecución de programas turísticos y recreativos por lo que existe en el país el recurso humano para que estén en capacidad de atender la llegada de turistas internacionales.

La Asociación Hotelera de Colombia (COTELCO) cuenta con varios programas de formación relacionados con áreas relacionadas a la operación hotelera tales como cursos y seminarios de marketing y ventas, gerencia de hoteles, alimentos y bebidas; también cuenta con varios cursos certificados por el Educational Institute de los Estados Unidos.

El país cuenta con 43 instituciones que incluyen programas académicos de turismo: 38 de educación formal y 5 programas de educación no formal; de las 38; 12 corresponden a formación universitaria, 9 a programas de formación tecnológica y 17 a programas de formación técnica.

**POPAYÁN FUTURO:** El departamento del Cauca y principalmente su capital, Popayán, es una región potencialmente turística-histórica-religiosa, de la que



se puede visualizar un futuro promisorio en lo que respecta a la economía doméstica. Es sabido que el beneficio más visible del turismo, es el empleo directo en hoteles, restaurantes, tiendas, empresas de transporte. Un segundo beneficio y que es menos visible, consiste en las industrias y profesiones de apoyo (consultores de la administración, profesionales del área del turismo, recreación y deporte y profesionales en idiomas). Un tercer beneficio del turismo es su efecto multiplicador, conforme los consumos turísticos que se reciclan a través de la economía local. Un cuarto beneficio son las utilidades estatales y locales derivadas de los impuestos sobre el turismo.

Visto a grandes rasgos, estos cuatro beneficios, se podrían consolidar, si se maneja una buena política turística, y que tanto las entidades departamentales (gobernación, secretarías), como municipales y privadas, tuvieran un plan estratégico diseñado para optimizar este recurso, que sería, más efectivo a nivel economía local. Y como meta principal para consolidar el turismo en la ciudad de Popayán, la creación de la estrategia de recopilar los datos y promover la calidad del turismo históricos religiosos de la ciudad, fortalecerá aún más el turismo no sólo a nivel regional, sino nacional e internacional.

En este presente de Popayán, se quiere dar a conocer un artículo que el Periódico El Liberal publicó el 9 de abril del presente año, dirigido a la Semana Santa y lo titulan: **Las procesiones de Semana Santa, ¿una industria cultural?** y que podría también darse en la ciudad de Popayán, hablando de calidad de servicio: “Además de las industrias culturales tradicionales como son el libro, la animación digital, la música, los audiovisuales, el cine o las publicaciones impresas, en algunos países el turismo y las artesanías se consideran como parte de las industrias culturales. “Lo que es común es que hay siempre una materia prima que es una creación, generalmente protegida por el derecho de autor, y un proceso de producción masivo de difusión, mercado y comercialización del producto”, explicó Garzón. Desde este punto



de vista, lo que sucede con la celebración de la Semana Santa en Popayán es que sería muy difícil aplicarle el concepto de industria cultural como tal, sin embargo habría que destacarse el impacto económico que tiene sobre la sociedad payanesa. Así mismo, la Semana Santa es una celebración que viene a darle un impulso e inyección de dinamismo al transporte, a la hotelería y restaurantes, a las artesanías mismas y a todo el comercio en general de la capital caucana. “De modo que tendría un componente característico de las industrias culturales, además posee un componente espiritual que es la devoción y tradición semanasertera, y por otro lado está el impacto económico que le genera a la ciudad”, indicó Álvaro Garzón. Esto es pues parte del futuro de Popayán.



## 7. ANALISIS PROSPECTIVO

Antes de iniciar un análisis prospectivo, se requiere identificar claramente las variables, los actores, los objetivos de dichos actores y los expertos participantes.

En el tema de investigación sobre la el diseño de una estrategia que permita la recopilación de datos del turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, las variables más importantes son:

### 7.1 DESCRIPCION DE LAS VARIABLES

	NOMBRE LARGO	NOMBRE CORTO	DESCRIPCIÓN	TEMA
V1	Calidad del servicio	CS	mejorar la calidad del servicio	calidad del servicio
V2	Política de imagen de empresa	PIE	construir una imagen positiva.	política de imagen
V3	Talento humano	TH	promover el desempeño eficiente del personal	talento humano
V4	Orden publico	OP	seguridad y tranquilidad para los turistas	seguridad
V5	Cultura	C	conjunto de costumbres de una comunidad	sociocultural
V6	Recursos naturales	RN	componentes del medio ambiente susceptibles de ser utilizados por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades o intereses espirituales, culturales, sociales y económicos.	medio ambiente
V7	Comercio	CR	Actividad Socioeconómica, Compra Y Venta De Bienes Y Servicios	Economía

**CONTINUACIÓN CUADRO 3**

	<b>NOMBRE LARGO</b>	<b>NOMBRE CORTO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>TEMA</b>
V8	Empleo	E	Bienestar Para La Comunidad	Contratos Y Beneficios
V9	Impacto Turismo	IT	Influencia De Turismo En La Comunidad Residencial	Sociocultural
V10	Promoción	PRO	Promoción Del Destino	Gestión Turística
V11	Planificación	P	Planes De Desarrollo Turísticos-Proyectos Turísticos	Gestión Turística
V12	Oferta Organizada	OO	Productos Turísticos Nuevos	Gestión Turística
V13	Capacitación	CAP	Recursos Humanos Competitivos	Gestión Turística
V14	Atractivos	A	Atracción Natural Valorada Festividades Y Eventos Valorados	Soporte Turístico

**Cuadro 3: Descripción de variables**

En cuanto a los actores que ejercen mayor grado de influencia sobre las variables y sobre la problemática del turismo en Popayán se pueden mencionar a los siguientes actores claves del problema, que forman parte del estudio prospectivo:



## 7.2 DESCRIPCION DE LOS ACTORES CLAVES DEL PROBLEMA

	NOMBRE LARGO	NOMBRE CORTO	DESCRIPCION
A1	Policía de turismo del cauca	PTC	Brinda orientación e información a los turistas, de promover y rescatar valores, tradiciones, sentido de pertenencia y respeto por el patrimonio cultural del país
A2	Gobernación del Cauca	GC	Entidad publica que desarrollo y implementa el turismo en el cauca
A3	Cámara de Comercio	CC	Instituciones de orden legal para comerciantes del territorio
A4	SENA	S	Formación profesional integral gratuita, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país
A5	ACOPI	A	Agremia las a las PYMES
A6	COMFACAUCA	CM	Prestación de servicios, el fortalecimiento institucional y la generación de proyectos de bienestar social a la comunidad caucana, especialmente el trabajador afiliado y su familia.
A7	Alcaldía municipal	AC	Entidad fundamental de la división política administrativa del estado, le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la constitución y las leyes frente a sus habitantes
A8	Junta Permanente Pro Semana Santa	JPPSS	Entidad sin animo de lucro encargada de la organización de las actividades de carácter religioso en la ciudad de Popayán



**Continuación cuadro 4.**

	<b>NOMBRE LARGO</b>	<b>NOMBRE CORTO</b>	<b>DESCRIPCION</b>
A9	Medios de comunicación	M C	Organismos que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata
A10	Agencias de viajes y turismo	AVT	Promocionan y organizan el turismo a nivel regional, nacional e internacional
A11	Casa de la cultura	CCL	Entidad creada para impulsar el desarrollo cultural de la localidad, dar apoyo a la creación artística y fomentar el intercambio amistoso y productivo con las distintas localidades de la ciudad de Popayán
A12	Turistas	T	Aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.
A13	Población local	PL	Habitantes del municipio de Popayán involucrados en las actividades turísticas
A14	COMERCIANTES	CMTS	Es toda aquella persona natural o jurídica que realiza actividades comerciales que tienen por objeto del intercambio de bienes y servicios.
A15	ARTESANOS	ART	Transforma la materia prima y consigue un elemento que es de utilidad o decorativo. Se destaca en él la creatividad y espontaneidad.

**Cuadro No. 4. Descripción de los expertos participantes**



The Millennium Project

### 7.3 DESCRIPCION DE LOS OBJETIVOS DE LOS ACTORES

ITEM	NOMBRE LARGO	NOMBRE CORTO	DESCRIPCIÓN	JUEGO
O1	Seguridad ciudadana	SC	promover y rescatar valores, tradiciones, sentido de pertenencia y respeto por el patrimonio cultural del país	Fuerza publica
O2	Coordinar y ejecutar políticas	CEP	Gestionar, planes de desarrollo, programas y proyectos	Poder político
O3	Agremiar comerciantes	AC	Promover el comercio regional	Económico
O4	Formar profesionales integrales	FPI	Promover el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos	Educación
O5	Agrupar a las empresas pequeñas y medianas diferentes sectores	AEPM	Orientar al mejoramiento de la gestión, la productividad y la competitividad	Comercio
O6	Prestar servicios integrales a los trabajadores	PSIT	Fortalecer y generar bienestar social a la comunidad caucana	Servicios
O7	Promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes	PCMSC	Prestar servicios públicos, proyectos de infraestructura, promover planes para mejorar la calidad de vida de sus habitantes	Poder publico
O8	Organizar actividades de carácter religioso y tradicional en Popayán	OARP	Velar por la conservación del patrimonio cultural y religioso de Popayán	Cultural
O9	Comunicar, transmitir información	CTI	Difundir de manera inmediata la información a diferentes lugares	Medios de comunicaci ón

**Continuación cuadro 5**

ITEM	NOMBRE LARGO	NOMBRE CORTO	DESCRIPCIÓN	JUEGO
O10	Promover la comercialización turística regional	PCTR	Ofrecer planes y destinos turísticos	Servicios
O11	Impulsar el desarrollo cultural de la localidad, dar apoyo a la creación artística	ICA	Fomentar el intercambio amistoso y productivo con las distintas localidades de la ciudad de popayan	Cultura
O12	Intercambios culturales, sociales, económicos y políticos	ICESP	Visitar sitios turísticos	Social
O13	Favorecer la imagen de la ciudad ante los visitantes	PL	Colaborar con un buen comportamiento y cultura ciudadana, para que los visitantes se sientan en un excelente ambiente y de esta manera se lleven una buena imagen que siga atrayendo mas personas cada vez.	Social
O14	Intercambio De Bienes Y Servicios	IBS	Realizar Actividades Comerciales	Economía
O15	Transformación Manual De La Materia Prima	TMMP	Comerciar Productos Realizados A Mano En Actividades Culturales Y Turísticas	Servicios

**Cuadro 5: Objetivos de los actores**



## 8. METODO DELPHI - ENCUESTA A EXPERTOS

La finalidad del Método Delphi es conocer la mirada que un grupo de expertos tiene sobre un tema específico, a partir de la construcción de sucesivos cuestionarios, que permitan acceder a los niveles de convergencia y divergencia que el conjunto tiene sobre la cuestión y revelar consensos y disensos no explicitados. De esa manera, los resultados ofrecerán una nueva mirada sobre el problema abordado<sup>15</sup>.

Los Requisitos Básicos para llevar adelante una Ejercicio Delphi son:

**Conformación del Equipo Coordinador.** Para llevar adelante un Ejercicio Delphi es necesario conformar un Equipo Coordinador, compuesto por entre dos y cinco miembros familiarizados tanto esta técnica como con el tema a abordar, que tendrá a su cargo: la Formulación del Problema o Tema Central, la Confección de los Cuestionarios para cada Etapa, la Selección de los Expertos, el establecimiento de la Duración del mismo (Cronograma y Calendario), el Envío y Recepción de los Cuestionarios, la Interpretación y el Procesamiento de los Datos, y la Redacción del Informe Final.

**Formulación del Problema/Tema Central.** La precisión con que se defina previamente el Problema/Tema Central a abordar es fundamental para poder realizar luego la selección de expertos requerida, habida cuenta de que todos ellos han de poseer capacidades específicas sobre el tema en cuestión. Al mismo tiempo, la forma que adopte el cuestionario con el que se presente el Problema/Tema Central ha de seguir algunas pautas esenciales: ser precisas, cuantificables e independientes. Es necesario que las preguntas que se formulen no conlleven ningún tipo de ambigüedad, que sus respuestas

---

<sup>15</sup> AGUIRRE, Fernando Marino. [www.prospectiva/blog.com](http://www.prospectiva/blog.com), Domingo 26 de Abril de 2009. Técnicas prospectivas

puedan ser medidas y agrupadas con facilidad para presentarlas en la fase posterior y que ninguna de las preguntas condicione la respuesta de otra.

**Elección de Expertos.** Más compleja que la elección de los expertos que participen en el proceso es la definición de qué se entiende por tales. El criterio para definir un experto está dado por la capacidad que este tenga tanto para aportar opiniones relevantes sobre el Problema/Tema Central como por su capacidad para mirar el futuro, independientemente de su título académico, función o puesto jerárquico.

Otra cuestión básica es que los expertos no tomen contacto entre sí, para evitar que sus opiniones se vean influidas por el conjunto. Caso contrario, se corre el riesgo que en lugar de obtener una opinión individual se refleje una mirada grupal que estará determinada por los distintos niveles de liderazgo que cada experto tenga dentro del conjunto.

**Exploración de Resultados.** El cuestionario generado debe ser enviado a un conjunto amplio de expertos (se estima que es necesario contar con un número no inferior a veinticinco respuestas válidas finales, por lo que debe partirse de un número sensiblemente superior, para compensar las deserciones y aquellos que no respondan), y debe ir precedido de una presentación que precise la finalidad del ejercicio, la naturaleza de la metodología, así como los plazos y modalidades para remitir las respuestas. Dentro de las preguntas se puede incluir la posibilidad de que cada experto autocalifique su propio nivel de competencia frente a la temática.

Después de la primera ronda de preguntas, se han de procesar los resultados para generar un nuevo conjunto de interrogantes que disminuya la dispersión de opiniones obtenidas en la primera etapa y que apunte a ir consolidando la opinión media de los expertos. En este paso, se debe consultar cuánto se acerca su posición a las respuestas promedios y que justifique su posición si

diverge ampliamente de la media grupal. Series adicionales de consultas permitirán afirmar cuál es la posición sobre la que existe mayor consenso, así como evaluar el número y características de las dispersiones. Aquí es importante señalar que el objetivo no debe ser anular las divergencias sino poder conocer la justificación de quien discrepa. En términos prospectivos, aquellas respuestas que se alejan del rango medio son, justamente, las que permiten explorar escenarios no previstos.

En la actualidad, el desarrollo tecnológico de las comunicaciones ha multiplicado la potencialidad de esta metodología, tanto en la facilidad que cada experto tiene que responder (originalmente el sistema debía desarrollarse por vía postal) cuanto en la reducción de los lapsos de respuesta y, por lo tanto, la brecha entre cada conjunto de cuestionarios.

**La Técnica en 10 Pasos:** En síntesis, los pasos a recorrer para llevar adelante un Ejercicio Delphi son:

- 1- Establecer el Grupo Coordinador del Ejercicio.
- 2-Seleccionar el conjunto de expertos adecuados para el Problema/Tema Central elegido.
- 3-Definir el Problema/Tema Central con un conjunto de preguntas o como familia de respuestas posibles.
- 4-Revisar las preguntas generadas, identificar y eliminar posibles ambigüedades.
- 5-Enviar las preguntas a los expertos.
- 6-Analizar los resultados recibidos.
- 7-Establecer las respuestas medias e identificar las dispersiones resultantes.

8-Presentar a los expertos los resultados de la primera fase y solicitar si opinión sobre los mismos.

9-Analizar los resultados obtenidos y repetir la operación hasta que se considere que se ha alcanzado un resultado final.

10-Elaborar un informe con los resultados definitivos y el análisis que de los mismos se hace.

El informe final deberá reflejar los planteos subjetivos y objetivos del conjunto de expertos con sus correspondientes divergencias (índices de deseabilidad y de factibilidad) partiendo de la base que la Prospectiva no aspira a anticipar el futuro, sino conocer la influencia que un escenario dado tiene sobre las acciones presentes de los individuos, y cómo operar sobre ellas en función de las aspiraciones futuras de la comunidad

## 8.1 ENCUESTA PRELIMINAR

El presente modelo de encuesta lo elaboramos para conocer las opiniones de los expertos sobre el turismo histórico y religioso en la ciudad de Popayán. Teniendo como puntos las variables, actores sociales y escenarios futuros, que nos permitan obtener información importante para la realización de este trabajo de investigación. Este modelo está sujeto a modificaciones que los expertos sugieran para optimizar la recolección de la información.

**MODELO DE ENCUESTA PRELIMINAR PARA EXPERTOS**



**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD -  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,  
ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS –ECACEN -  
CEAD – POPAYAN**

**DATOS PERSONALES DEL EXPERTO**

FECHA: \_\_\_\_\_  
NOMBRES Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_  
DIRECCION: \_\_\_\_\_  
TELEFONO: FIJO \_\_\_\_\_ CEL. \_\_\_\_\_

**Para todas las preguntas se utilizará el mismo criterio de valoración, para lo cual usted podrá utilizar la siguiente escala de valores:**

Califique de cero (0) a cuatro (4), teniendo en cuenta que:

- 0 = Nulo
- 1 = Débil
- 2 = Mediana
- 3 = Fuerte
- 4 = Potencial (P)

**PREGUNTAS:**

**1.- ¿CUÁLES ESTRATEGIAS CONSIDERA USTED, QUE SE DEBERÍAN DISEÑAR PARA LA RECOPIACION DE DATOS DEL TURISMO HISTORICO RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYAN AL AÑO 2012?**

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
E1	Tener base de datos disponible en los hoteles	0	1	2	3	4
E2	Que la Oficina de Turismo sea la receptora de la información	0	1	2	3	4
E3	Que la Junta Pro-Semana Santa sea la directa encargada	0	1	2	3	4
E4	Que haya una entidad especializada en turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán	0	1	2	3	4





## 2.- ¿CUÁL SON LAS TENDENCIAS DEL TURISMO HISTÓRICO Y RELIGIOSO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN, PARA EL AÑO 2012?

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
T1	No las hay	0	1	2	3	4
T2	Regulares	0	1	2	3	4
T3	Dispersas	0	1	2	3	4

## 3.- ¿CUÁLES ACTORES CONSIDERA USTED QUE SON RELEVANTES PARA EL TURISMO HISTÓRICO Y RELIGIOSO EN POPAYÁN?

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
A1	Turistas	0	1	2	3	4
A2	Junta Permanente Pro Semana Santa	0	1	2	3	4
A3	Medios de comunicación	0	1	2	3	4
A4	Gobernación del Cauca	0	1	2	3	4
A5	Alcaldía Municipal	0	1	2	3	4
A6	Policía de Turismo del Cauca	0	1	2	3	4

## 4.- ¿CUÁLES VARIABLES CREE USTED, QUE SON DE MAYOR INFLUENCIA EN EL TURISMO EN LA CIUDAD DE POPAYAN?

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
V1	Atractivos turísticos	0	1	2	3	4
V2	Empleo	0	1	2	3	4
V3	Cultura	0	1	2	3	4
V4	Talento humano	0	1	2	3	4
V5	Capacitación	0	1	2	3	4
V6	Comercio	0	1	2	3	4
V7	Calidad del servicio	0	1	2	3	4
V8	Impacto turístico	0	1	2	3	4

## 8.2 ESTA ESTRUCTURADA

Una vez los expertos respondieron la encuesta preliminar, hicieron algunas sugerencias para mejorar su estructura, las cuales se incluyen en el siguiente modelo.

### SUGERENCIAS:

- Incluir más información en los datos de los expertos, para su veracidad y confiabilidad.
- La primera pregunta debe mostrar la idoneidad del experto.

**MODELO DE ENCUESTA ESTRUCTURADA PARA EXPERTOS**



Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD -  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,  
ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS –ECACEN -  
CEAD – POPAYAN**

**DATOS PERSONALES DEL EXPERTO**

FECHA: \_\_\_\_\_

NOMBRES Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_

ENTIDAD: \_\_\_\_\_

PROFESION: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_

TELEFONO: FIJO \_\_\_\_\_ CEL. \_\_\_\_\_

**Para todas las preguntas se utilizará el mismo criterio de valoración, para lo Cual usted podrá utilizar la siguiente escala de valores:**

Califique de cero (0) a cuatro (4), teniendo en cuenta que:

- 0 = Nulo
- 1 = Débil
- 2 = Mediana
- 3 = Fuerte
- 4 = Potencial (P)

**PREGUNTAS:**

- 1. ¿SE CONSIDERA USTED UNA PERSONA IDÓNEA PARA DAR INFORMACIÓN SOBRE EL TURISMO HISTÓRICO RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYÁN?**

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
1	Si	0	1	2	3	4
2	No	0	1	2	3	4
3	No tengo pleno conocimiento acerca del tema	0	1	2	3	4
4	Con una adecuada capacitación si lo haría	0	1	2	3	4



**2. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ESTRATEGIAS CONSIDERA USTED, QUE SE DEBERÍAN IMPLEMENTAR PARA OPTIMIZAR EL TURISMO EN POPAYÁN?**

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
1	Tener base de datos disponible en los hoteles	0	1	2	3	4
2	Que la Oficina de Turismo sea la receptora de la información	0	1	2	3	4
3	Que la Junta Pro-Semana Santa sea la directa encargada	0	1	2	3	4
4	Que haya una entidad especializada en turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán	0	1	2	3	4

**3. ¿CUÁL SON LAS TENDENCIAS DEL TURISMO HISTÓRICO Y RELIGIOSO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN, PARA EL AÑO 2012?**

ITEM	DESCRIPCION	VOLORACION				
		0	1	2	3	4
T1	No las hay	0	1	2	3	4
T2	Regulares	0	1	2	3	4
T3	Dispersas	0	1	2	3	4

**4. ¿CUÁLES ACTORES CONSIDERA USTED QUE SON RELEVANTES PARA EL TURISMO HISTÓRICO Y RELIGIOSO EN POPAYÁN.**

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
A1	Turistas	0	1	2	3	4
A2	Junta Permanente Pro Semana Santa	0	1	2	3	4
A3	Medios de comunicación	0	1	2	3	4
A4	Gobernación del Cauca	0	1	2	3	4
A5	Alcaldía Municipal	0	1	2	3	4
A6	Policía de Turismo del Cauca	0	1	2	3	4

**5. ¿CUÁLES VARIABLES CREE USTED, QUE SON DE MAYOR INFLUENCIA EN EL TURISMO...**

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
V1	Calidad de servicio	0	1	2	3	4
V2	Política de imagen	0	1	2	3	4
V3	Talento Humano	0	1	2	3	4
V4	Sociocultural	0	1	2	3	4
V5	Gestión turística	0	1	2	3	4
V6	Soporte turístico	0	1	2	3	4

### 8.3 ENCUESTA DEFINITIVA

Los expertos revisaron y dieron respuesta teniendo en cuenta lo sugerido por ellos. Sin embargo hicieron nuevos aportes para optimizar la información.

#### SUGERENCIAS:

- Incluir una pregunta en la cual se pueda observar el grado de conocimiento del tema específico.
- Incluir las variables de contrato y beneficios.
- Incluir una pregunta para determinar los escenarios futuros

#### MODELO DE ENCUESTA DEFINITIVA PARA EXPERTOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD -  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,  
ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS –ECACEN -  
CEAD – POPAYAN**

#### DATOS PERSONALES DEL EXPERTO

FECHA: \_\_\_\_\_  
NOMBRES Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_  
ENTIDAD: \_\_\_\_\_  
PROFESION: \_\_\_\_\_  
CARGO: \_\_\_\_\_  
DIRECCION: \_\_\_\_\_  
TELEFONO: FIJO \_\_\_\_\_ CEL. \_\_\_\_\_

**Para todas las preguntas se utilizará el mismo criterio de valoración, para lo Cual usted podrá utilizar la siguiente escala de valores:**

Califique de cero (0) a cuatro (4), teniendo en cuenta que:

- 0 = Nulo
- 1 = Débil
- 2 = Mediana
- 3 = Fuerte



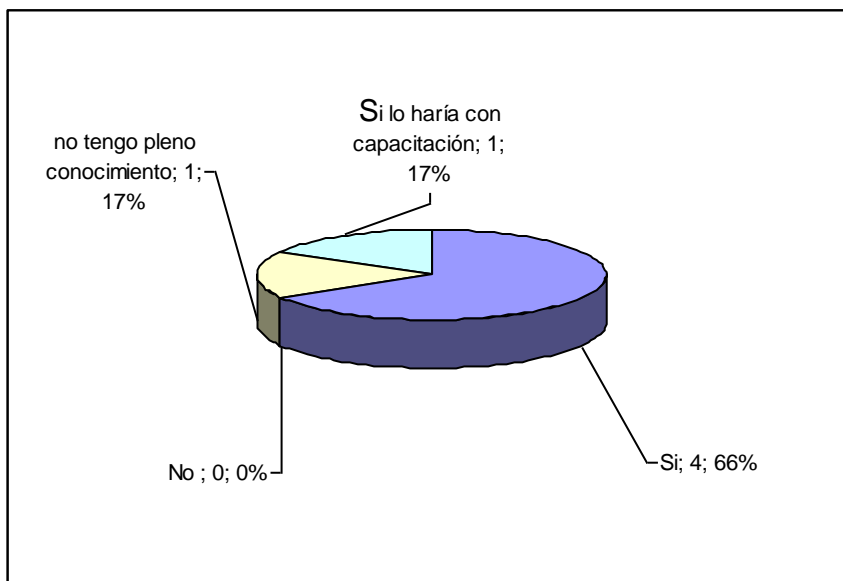
4 = Potencial (P)

**1. ¿SE CONSIDERA USTED UNA PERSONA IDÓNEA PARA DAR INFORMACIÓN SOBRE EL TURISMO HISTÓRICO RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYÁN?**

Cuadro 6: Idoneidad para informar sobre turismo histórico religioso de la ciudad de Popayán

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
1	Si	0	1	2	3	4
2	No	0	1	2	3	4
3	No tengo pleno conocimiento acerca del tema	0	1	2	3	4
4	Con una adecuada capacitación si lo haría	0	1	2	3	4

Gráfica 1: Idoneidad para dar información sobre el turismo histórico religioso



Fuente: Investigadoras

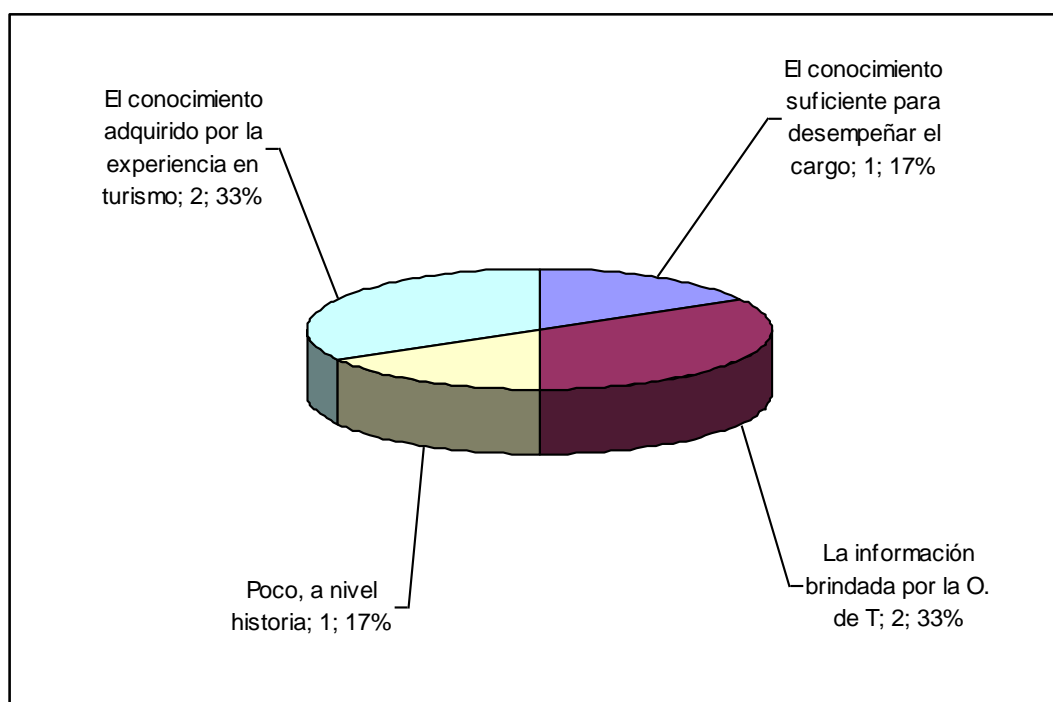
La calificación otorgada a esta pregunta, fue el siguiente: El 17% le dieron calificación de 4 que corresponde al 66%, se consideran idóneos para otorgar cualquier información, por la preparación y capacitación obtenida. Un 17%, está preparada, pero con una mejor capacitación se sentirían más seguros. Uno de ellos, dice que no está capacitado, porque no tienen conocimiento pleno de lo que es el turismo religioso.

## 2. ¿QUÉ GRADO DE CONOCIMIENTO TIENE SOBRE EL TURISMO HISTÓRICO RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYÁN?

Cuadro 7: Nivel de conocimiento

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
1	El conocimiento suficiente para desempeñar el cargo	0	1	2	3	4
2	La información brindada por la O. de T	0	1	2	3	4
3	Poco, a nivel historia	0	1	2	3	4
4	El conocimiento adquirido por la experiencia en turismo	0	1	2	3	4

Gráfica 2: Nivel de conocimiento



Fuente: Investigadoras

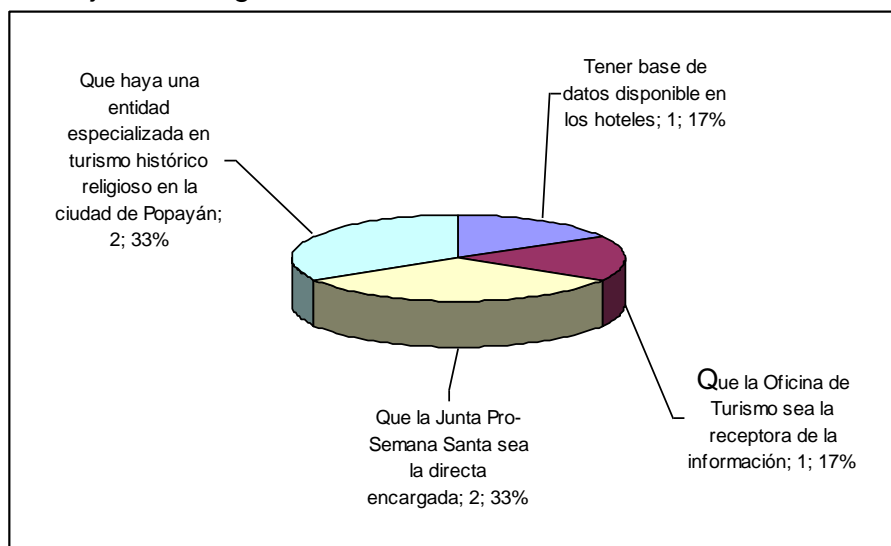
El grado de conocimiento suficiente para desempeñar el cargo lo tiene un 17%, el conocimiento brindado por la Oficina de Turismo, dice el 33%, así mismo, la experiencia obtenida a través de su desempeño en el área de turismo lo tiene el 33% y uno de ellos dice que tiene poco conocimiento a nivel historia, aunque si en el área de servicio

### 3. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ESTRATEGIAS CONSIDERA USTED, QUE SE DEBERÍAN IMPLEMENTAR PARA OPTIMIZAR EL TURISMO EN POPAYÁN?

Cuadro 8: Mejor estrategia

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
1	Tener base de datos disponible en los hoteles	0	1	2	3	4
2	Que la Oficina de Turismo sea la receptora de la información	0	1	2	3	4
3	Que la Junta Pro-Semana Santa sea la directa encargada	0	1	2	3	4
4	Que haya una entidad especializada en turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán	0	1	2	3	4

Gráfica 3: Mejor estrategia



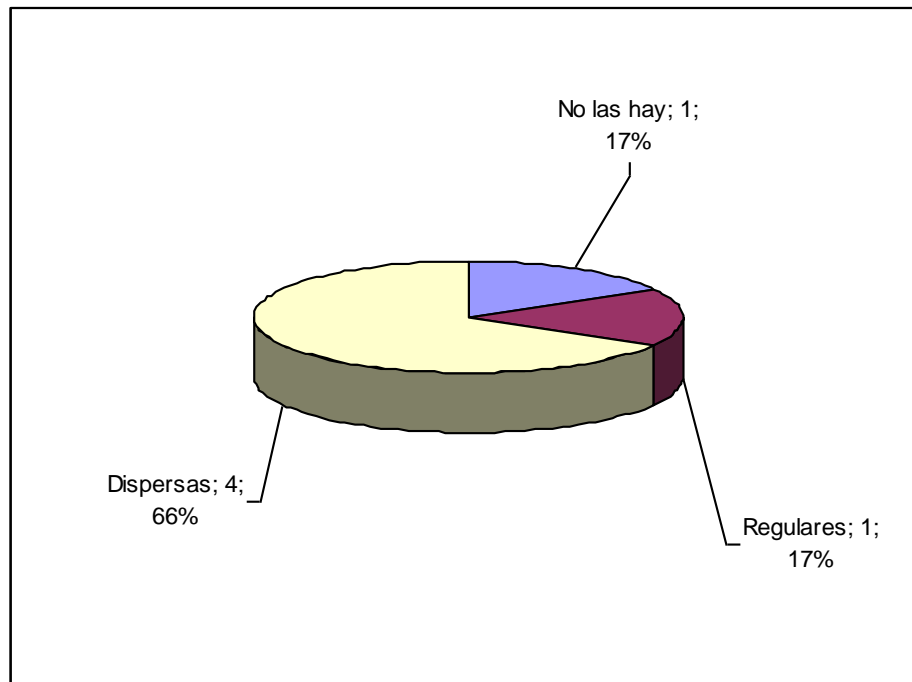
Son dos las estrategias que tienen mayor calificación: Que haya una entidad especializada en esta clase de turismo y que sea la Junta Pro-Semana Santa la encargada directa de esta recopilación de datos y la promoción del servicio de la calida del turismo histórico religioso, con un porcentaje para ambos del 33%, y sobre que la oficina de turismo de Popayán y que la base de datos esté disponible en todos los hoteles de Popayán, tuvieron el mismo porcentaje: el 17%

#### 4. ¿CUÁL SON LAS TENDENCIAS DEL TURISMO HISTÓRICO Y RELIGIOSO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN, PARA EL AÑO 2012?

Cuadro 9. Tendencias del turismo al año 2012

ITEM	DESCRIPCION	VOLORACION				
		0	1	2	3	4
T1	No las hay	0	1	2	3	4
T2	Regulares	0	1	2	3	4
T3	Dispersas	0	1	2	3	4

Gráfica 4. Tendencias del turismo al año 2012



Cuatro de los actores creen que las tendencias están dispersas, que falta mucha coordinación entre las distintas entidades, y con un puntaje igual, otros actores dicen que no las hay y que están dispersas, por falta de unificación de criterios y organización.

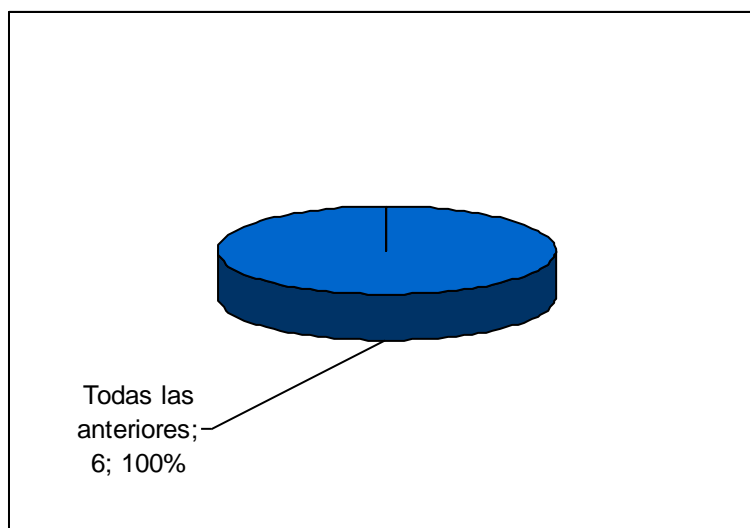


**5. ¿CUÁLES ACTORES CONSIDERA USTED QUE SON RELEVANTES PARA EL TURISMO HISTÓRICO Y RELIGIOSO EN POPAYÁN.**

Cuadro 10. Actores relevantes

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
A1	Turistas	0	1	2	3	4
A2	Junta Permanente Pro Semana Santa	0	1	2	3	4
A3	Medios de comunicación	0	1	2	3	4
A4	Gobernación del Cauca	0	1	2	3	4
A5	Alcaldía Municipal	0	1	2	3	4
A6	Policía de Turismo del Cauca	0	1	2	3	4
A7	Todas las anteriores	0	1	2	3	4

Gráfica 5. Actores relevantes



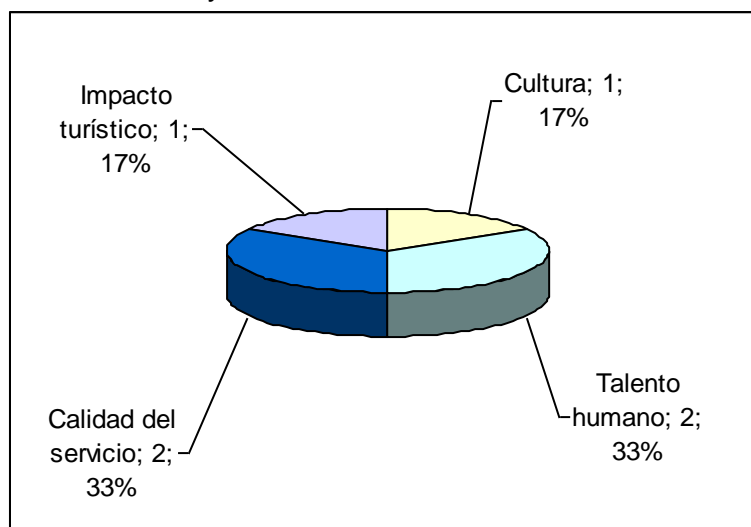
En esta pregunta la calificación fue pareja para el ítem 7 (100%) , que considera que tanto turistas, como Junta Permanente, medios de comunicación, instituciones (alcaldía y gobernación) y policía de turismo de turismo de la ciudad son actores relevantes y de gran ayuda y apoyo para el turismo religioso, sobre todo en época de Semana Santa.

**6. ¿CUÁLES VARIABLES CREE USTED, QUE SON DE MAYOR INFLUENCIA EN EL TURISMO HISTORICO Y RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYAN?**

Cuadro 11. Variables de mayor influencia

ITEM	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
V1	Atractivos turísticos	0	1	2	3	4
V2	Empleo	0	1	2	3	4
V3	Cultura	0	1	2	3	4
V4	Talento humano	0	1	2	3	4
V5	Capacitación	0	1	2	3	4
V6	Comercio	0	1	2	3	4
V7	Calidad del servicio	0	1	2	3	4
V8	Impacto turístico	0	1	2	3	4

Gráfica 6. Variables de mayor influencia



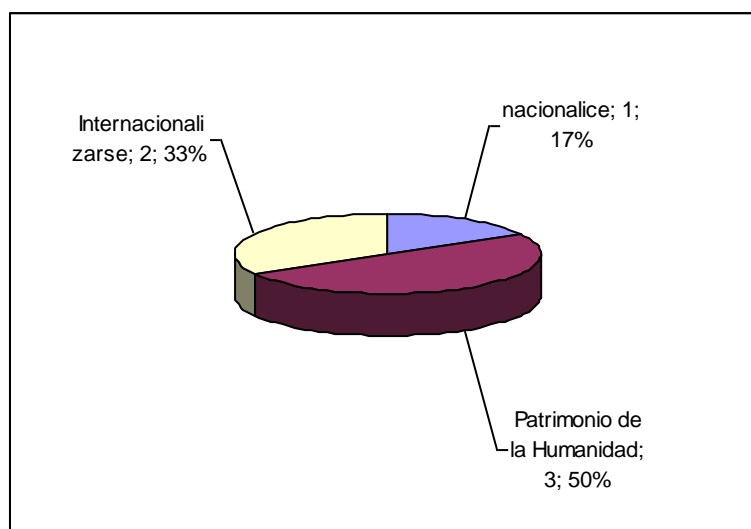
La calidad del servicio y el talento humano, son la de mayor calificación, con un 33% respectivamente; la razón, porque si el servicio tiene calidad y el talento humano se prepara adecuadamente para ello, su influencia es positiva, le sigue el impacto turístico y la cultura con un 17%

## 7. ¿CUAL CREE USTED QUE SERIA EL ESCENARIO FUTURO PARA EL TURISMO RELIGIOSO Y CULTURAL PARA EL AÑO 2012?

Cuadro 12 Escenario futuro

ESCENARIO	DESCRIPCION	VALORACION				
		0	1	2	3	4
Probable	nacionalice	0	1	2	3	4
Posible	Patrimonio de la Humanidad	0	1	2	3	4
Deseable	Internacionalizarse	0	1	2	3	4

Gráfica 7. Escenario futuro



El escenario futuro y que ya es realidad, es que el turismo religioso (Semana Santa) ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad, lo que le dá a la ciudad mayor empuje en esta clase de turismo ( 50%), seguido de la internacionalización con un 33% y que ya es un hecho, y en tercer lugar que los nacionales la reconozcan (17%).

## 9. Informe Micmac

### ESTUDIO PROSPECTIVO PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA QUE PERMITA LA RECOPIACION DE DATOS DEL TURISMO HISTORICO RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE POPAYAN AL AÑO 2012

## SUMARIO

<b>I.</b>	<b>PRESENTACION DE LOS PARTICIPANTES .....</b>	<b>85</b>
1.	Lista de participantes.....	85
2.	Descripcion de los participantes .....	85
1.	EDILMA AMPARO PEÑA DORADO .....	85
2.	ZULMA XIMENA ZUÑIGA SAMBONI .....	85
3.	OXMANI CAMPO TAFURT .....	85
<b>II.</b>	<b>PRESENTACION DE LAS VARIABLES .....</b>	<b>86</b>
1.	Lista de variables .....	86
2.	Descripción de las variables.....	86
1.	CALIDAD DEL SERVICIO (CS) .....	86
2.	POLÍTICA DE IMAGEN (PI) .....	86
3.	TALENTO HUMANO (TH).....	86
4.	ORDEN PUBLICO (OP) .....	86
5.	CULTURA (C).....	86
6.	RECURSOS NATURALES (RN).....	87
7.	COMERCIO (CMR).....	87
8.	EMPLEO (E).....	87
9.	IMPACTO TURISMO (IMT).....	87
10.	PROMOCIÓN (PRO).....	87
11.	PLANEACION (PLA).....	87
12.	INNOVACION (INN) .....	87
13.	CAPACITACIÓN (CAP).....	88
14.	ATRATIVOS TURISTICOS (AT).....	88
15.	Plano de influencias / dependencias indirectas.....	95



## PRESENTACION DE LOS PARTICIPANTES

### LISTA DE PARTICIPANTES

- EDILMA AMPARO PEÑA DORADO
- ZULMA XIMENA ZUÑIGA SAMBONI
- OXMANI CAMPO TAFURT

### DESCRIPCION DE LOS PARTICIPANTES

#### EDILMA AMPARO PEÑA DORADO

Role :  
34528144  
Profesión :  
ESTUDIANTE  
Dirección :  
CALLE 26N No. 3-143 BARRIO SOTARA POPAYAN  
Teléfono :  
8232113  
Email :  
amparo12\_7@hotmail.com

#### ZULMA XIMENA ZUÑIGA SAMBONI

Role :  
48605640  
Profesión :  
ESTUDIANTE  
Dirección :  
CARRERA 11A No. 11-46 BARRIO LAS AMERICAS POPAYAN  
Teléfono :  
8223553  
Email :  
zuxizu@hotmail.com

#### OXMANI CAMPO TAFURT

Role :  
34570755  
Profesión :  
ESTUDIANTE  
Dirección :  
CALLE 70 No. 11N-51 BARRIO BELLO HORIZONTE POPAYAN  
Teléfono :  
8238887  
Email :  
ariadna1628@hotmail.com



## PRESENTACION DE LAS VARIABLES

### LISTA DE VARIABLES

1. CALIDAD DEL SERVICIO (CS)
2. POLÍTICA DE IMAGEN (PI)
3. TALENTO HUMANO (TH)
4. ORDEN PUBLICO (OP)
5. CULTURA (C)
6. RECURSOS NATURALES (RN)
7. COMERCIO (CMR)
8. EMPLEO (E)
9. IMPACTO TURISMO (IMT)
10. PROMOCIÓN (PRO)
11. PLANEACION (PLA)
12. INNOVACION (INN)
13. CAPACITACIÓN (CAP)
14. ATRACTIVOS TURISTICOS (AT)

### DESCRIPCION DE LAS VARIABLES

#### CALIDAD DEL SERVICIO (CS)

**Description :**

MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO

**Tema :**

CALIDAD DEL SERVICIO

#### POLÍTICA DE IMAGEN (PI)

**Description :**

CONSTRUIR UNA IMAGEN POSITIVA.

**Tema :**

POLÍTICA DE IMAGEN

#### TALENTO HUMANO (TH)

**Description :**

PROMOVER EL DESEMPEÑO EFICIENTE DEL PERSONAL

**Tema :**

TALENTO HUMANO

#### ORDEN PUBLICO (OP)

**Description :**

SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD PARA LOS TURISTAS

**Tema :**

SEGURIDAD

#### CULTURA (C)

**Description :**

CONJUNTO DE COSTUMBRES DE UNA COMUNIDAD



**Tema :**  
SOCIOCULTURAL

RECURSOS NATURALES (RN)

**Description :**  
COMPONENTES DEL MEDIO AMBIENTE SUSCEPTIBLES DE SER UTILIZADOS POR EL  
SER HUMANO PARA LA SATISFACCIÓN DE SUS NECESIDADES O INTERESES  
ESPIRITUALES, CULTURALES, SOCIALES

**Tema :**  
MEDIO AMBIENTE

COMERCIO (CMR)

**Description :**  
ACTIVIDAD SOCIOECONÓMICA, COMPRA Y VENTA DE BIENES Y SERVICIOS

**Tema :**  
ECONOMÍA

EMPLEO (E)

**Description :**  
BIENESTAR PARA LA COMUNIDAD

**Tema :**  
CONTRATOS Y BENEFICIOS

IMPACTO TURISMO (IMT)

**Description :**  
INFLUENCIA DE TURISMO EN LA COMUNIDAD RESIDENCIAL

**Tema :**  
SOCIOCULTURAL

PROMOCIÓN (PRO)

**Description :**  
PROMOCIÓN DEL DESTINO

**Tema :**  
GESTIÓN TURÍSTICA

PLANEACION (PLA)

**Description :**  
PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICOS-PROYECTOS TURÍSTICOS

**Tema :**  
GESTIÓN TURÍSTICA

INNOVACION (INN)

**Description :**  
PRODUCTOS TURÍSTICOS NUEVOS

**Tema :**  
GESTIÓN TURÍSTICA



The Millennium Project

### CAPACITACIÓN (CAP)

**Description :**

RECURSOS HUMANOS COMPETITIVOS

**Tema :**

GESTIÓN TURÍSTICA

### ATRATIVOS TURISTICOS (AT)

**Description :**

ATRACCIÓN NATURAL VALORADA

FESTIVIDADES Y EVENTOS VALORADOS

**Tema :**

SOPORTE TURÍSTICO

Matrices de entrada

Matriz de Influencias Directas (MID)

La Matriz de Influencias Directas (MID) describe las relaciones de influencias directas entre las variables que definen el sistema.

	1 : CS	2 : PI	3 : TH	4 : OP	5 : C	6 : RN	7 : CMR	8 : E	9 : IMT	10 : PRO	11 : PLA	12 : INN	13 : CAP	14 : AT
1 : CS	0	2	P	3	3	1	3	2	2	2	3	3	P	3
2 : PI	3	0	3	0	2	0	1	0	2	1	1	2	0	2
3 : TH	3	1	0	0	P	2	2	2	3	2	2	2	P	1
4 : OP	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2
5 : C	3	2	3	1	0	1	3	P	3	3	P	2	3	2
6 : RN	2	0	1	0	3	0	1	0	1	1	0	1	1	2
7 : CMR	2	2	3	1	2	3	0	2	P	3	0	3	2	P
8 : E	3	1	3	0	2	1	2	0	2	2	2	2	P	1
9 : IMT	3	3	2	1	3	0	P	2	0	2	1	3	3	3
10 : PRO	3	0	1	0	1	0	0	0	2	0	2	0	1	3
11 : PLA	3	2	3	2	P	1	2	3	2	2	0	2	3	2
12 : INN	P	2	2	0	2	0	0	1	3	1	3	0	1	0
13 : CAP	P	2	3	1	3	0	2	3	2	2	1	3	0	2
14 : AT	3	3	0	2	2	1	3	2	3	3	1	2	1	0

© LIPSOR-EPITA-MICMAC

Cuadro 13. Mariz de influencias

Las influencias se puntuan de 0 a 3, con la posibilidad de señalar las influencias potenciales :

- 0 : Sin influencia
- 1 : Débil
- 2 : Media
- 3 : Fuerte
- P : Potencial

**Matriz de Influencias Directas Potenciales (MIDP)**

La Matriz de Influencias Directas Potenciales MIDP representa las influencias y dependencias actuales y potenciales entre variables. Completa la matriz MID teniendo igualmente en cuenta las relaciones visibles en un futuro.





	1 : CS	2 : R	3 : TH	4 : OP	5 : C	6 : RN	7 : CMR	8 : E	9 : IMT	10 : PRO	11 : PLA	12 : INN	13 : CAP	14 : AT
1 : CS	0	2	3	3	3	1	3	2	2	2	3	3	3	3
2 : R	3	0	3	0	2	0	1	0	2	1	1	2	0	2
3 : TH	3	1	0	0	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1
4 : OP	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2
5 : C	3	2	3	1	0	1	3	3	3	3	3	2	3	2
6 : RN	2	0	1	0	3	0	1	0	1	1	0	1	1	2
7 : CMR	2	2	3	1	2	3	0	2	3	3	0	3	2	3
8 : E	3	1	3	0	2	1	2	0	2	2	2	2	3	1
9 : IMT	3	3	2	1	3	0	3	2	0	2	1	3	3	3
10 : PRO	3	0	1	0	1	0	0	0	2	0	2	0	1	3
11 : PLA	3	2	3	2	3	1	2	3	2	2	0	2	3	2
12 : INN	3	2	2	0	2	0	0	1	3	1	3	0	1	0
13 : CAP	3	2	3	1	3	0	2	3	2	2	1	3	0	2
14 : AT	3	3	0	2	2	1	3	2	3	3	1	2	1	0

© LIPSOR-EPITA-MICMAC

Cuadro 14. Matriz de Influencias Directas Potenciales (MIDP)

Las influencias se puntúan de 0 à 3 :

0 : Sin influencia

1 : Débil

2 : Media

3 : Fuerte

#### Resultados del estudio

##### Influencias directas

##### Estabilidad a partir de MID

Demuestra que toda la matriz debe converger hacia una estabilidad al final de un cierto número de iteraciones (generalmente 4 ó 5 para una matriz de 30 variables), es interesante poder seguir la evolución de esta estabilidad en el curso de multiplicaciones sucesivas. En ausencia de criterios matemáticamente establecidos, ha sido elegido para apoyarse sobre un número determinado de iteraciones.

ITERACION	INFLUENCIA	DEPENDENCIA
1	94 %	88 %
2	98 %	102 %
3	100 %	100 %

Cuadro 15 : Plano de influencias / dependencias directas

Este plano se determina a partir de la matriz de influencias directas MID.

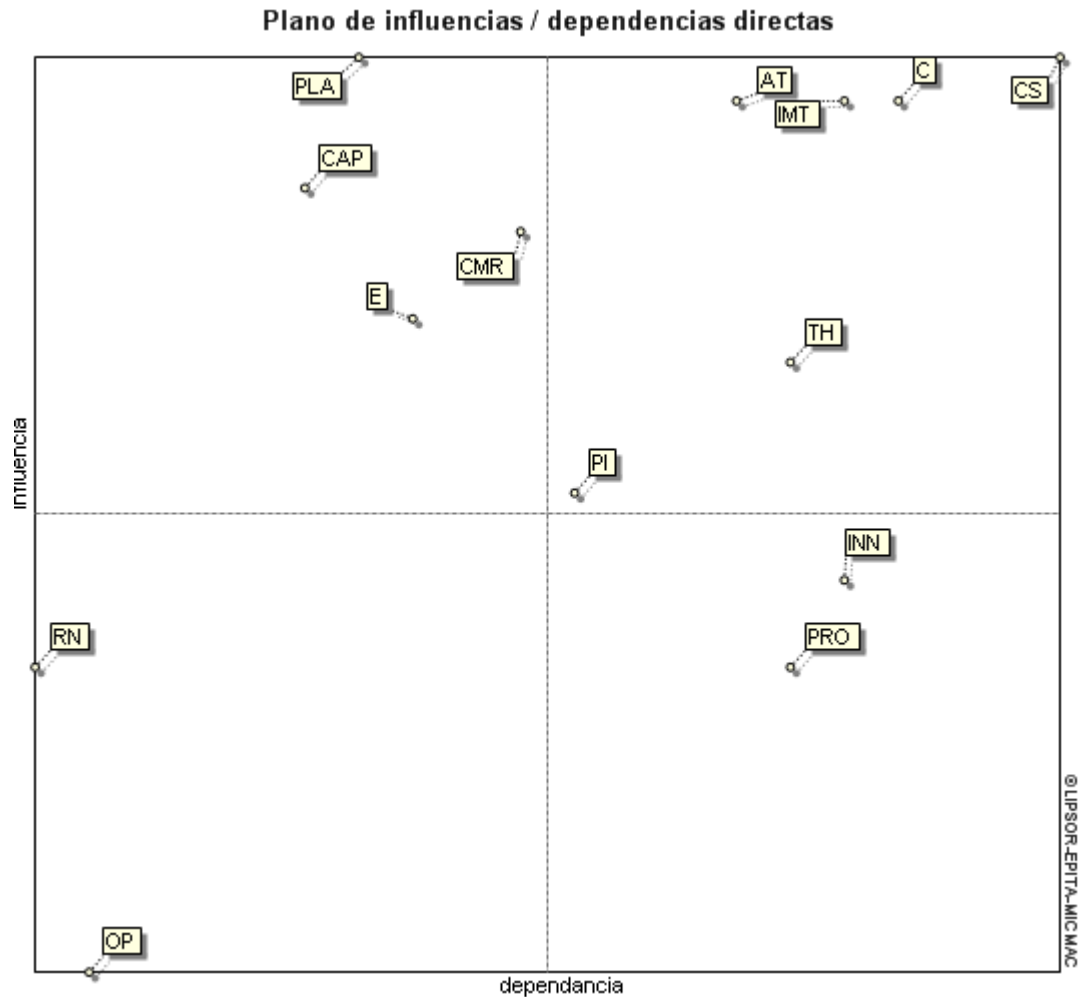


Gráfico 7. de influencias directas

Este gráfico se determina a partir de la matriz de influencias directas MID.

### Análisis del plano de influencias / dependencias directas (Micmac)

Para realizar el análisis de plano de influencia y dependencia de las variables más importantes del problema de la abstención electoral, se toman como referencia los Planeamientos del libro *Iniciación a la Prospectiva*<sup>16</sup>, de Carlos Arturo Franco

Restrepo.

<sup>16</sup> 87 FRANCO, Restrepo Carlos Arturo. *Iniciación a la Prospectiva*, Pág. 65-67

**Cuadrante superior derecho**, zona de conflicto se ubican seis variables: Cultura, calidad del servicio, atractivos turísticos, impacto turístico, talento humano y política de Imagen.

Estas variables pertenecen a las variables categorizadas como socio económico y político cultural, influyente en el estudio prospectivo del turismo en la ciudad de Popayán.

Dentro de este mismo cuadrante en la parte Superior tenemos las variables clave o variables reto. Estas son muy influyentes y dependientes, poseen la capacidad de perturbar el sistema. A esta clasificación corresponden la cultura, la calidad del servicio, atractivos turísticos e impacto turístico.

Las estrategias a implementar deben enfocarse en las variables clave. Tenemos la cultura la cual está ligada al patrimonio cultural que se posee y este complemento constituye un beneficio comunitario, otra variable importante es la calidad del servicio, cuando de ello hablamos estamos calificando el nivel del servicio que se ofrece en el turismo y que tanto satisface las expectativas del cliente. En cuanto a atractivos turísticos de la ciudad de Popayán tienen origen en el valor histórico – cultural que se consolidan como lugares de interés para propios y visitantes. El impacto turístico comprende la dimensión socio económica y político cultural que se trasmite no solo a nivel regional sino Nacional e Internacional.

Todas estas variables son de vital importancia para promover el turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, de esta manera se estaría contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, por que se generarían empleos directos e indirectos, aumentando los ingresos y el poder adquisitivo.

**Zona de poder**, (cuadrante superior izquierdo) se sitúan las variables más influyentes o motrices y poco dependientes. Estas son las que determinan el



funcionamiento del sistema. Son generalmente poco gobernables porque casi siempre son factores exógenos que obran a manera de determinantes motrices, impulsando acciones, o frenándolas. En consecuencia allí se hallan también las variables del entorno. Las variables de la zona de poder poseen la mayor causalidad y corresponden a las entradas del sistema. En el plano cartesiano que se está analizando, no aparecen variables en ese cuadrante.

Tenemos en este cuadrante la planeación, la capacitación, empleo y comercio.

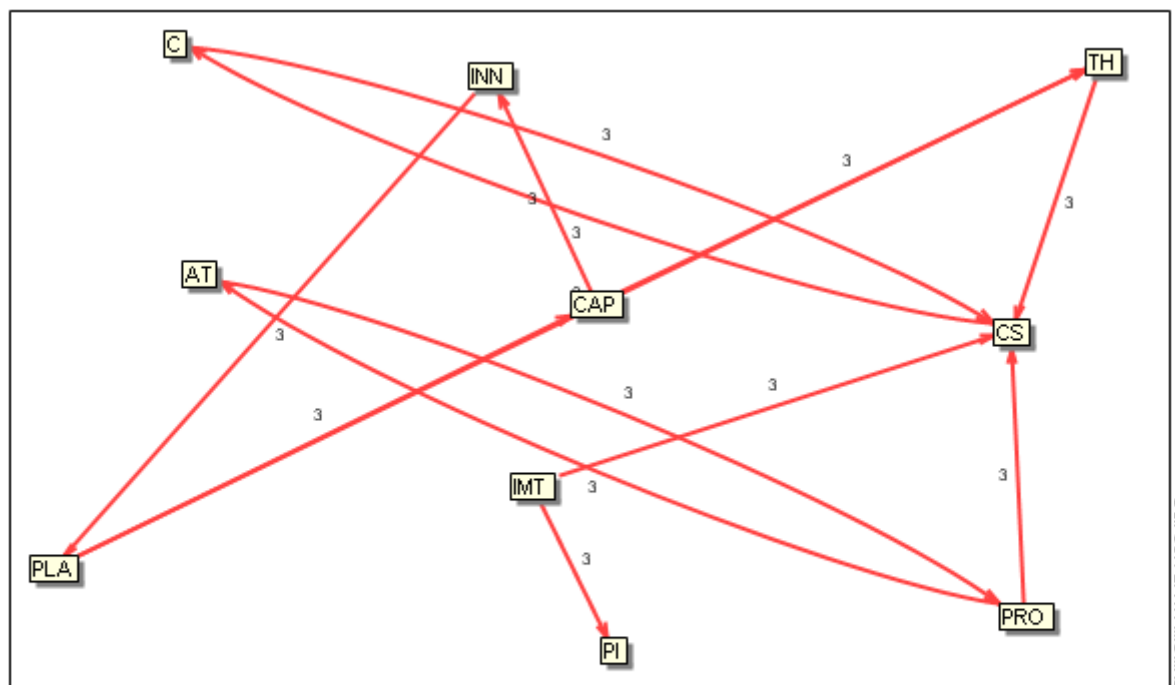
**Zona inferior izquierda**, en donde se localizan las variables autónomas. Son poco influyentes o motrices y poco dependientes. Corresponden a tendencias pasadas o inercias del sistema o bien están desconectadas de él. No constituyen parte determinante para el futuro del sistema.

En este cuadrante se localizan Recursos Naturales y el orden público.

**Zona inferior derecha**, se localizan las variables de salida. Estas dan cuenta de los resultados de funcionamiento del sistema. Estas variables son poco influyentes pero, en cambio, son muy dependientes. Podemos distinguir dos clases de éstas variables según su ubicación en el plano cartesiano. Las de la parte inferior son resultados, pero las que se hallan un poco mas arriba son los objetivos; y se llaman así porque suponen trabajo para el futuro.

En esta zona tenemos la innovación y la promoción.

Gráfico de influencias directas



- Influencias más débiles
- Influencias débiles
- Influencias medias
- Influencias relativamente importantes
- Influencias más importantes

### Gráfico 8. Influencias directas potenciales

#### Estabilidad a partir de MIDP

Demuestra que toda matriz debe converger hacia una estabilidad al final de un cierto número de iteraciones (generalmente 4 ó 5 para una matriz de 30), es interesante poder seguir la evolución de esta estabilidad después de multiplicaciones sucesivas. En ausencia de criterios matemáticamente establecidos, se elige apoyarse en un número de permutaciones (tri à bulles) necesarios en cada iteración para clasificar, la influencia y la dependencia, del conjunto de variables.

ITERACCION	INFLUENCIA	DEPENDENCIA
1	96 %	100 %
2	98 %	98 %
3	100 %	100 %

Cuadro 16. plano de iteración

### Gráfico de influencias directas potenciales

Este gráfico se determina a partir de la matriz de influencias directas potenciales MIDP.

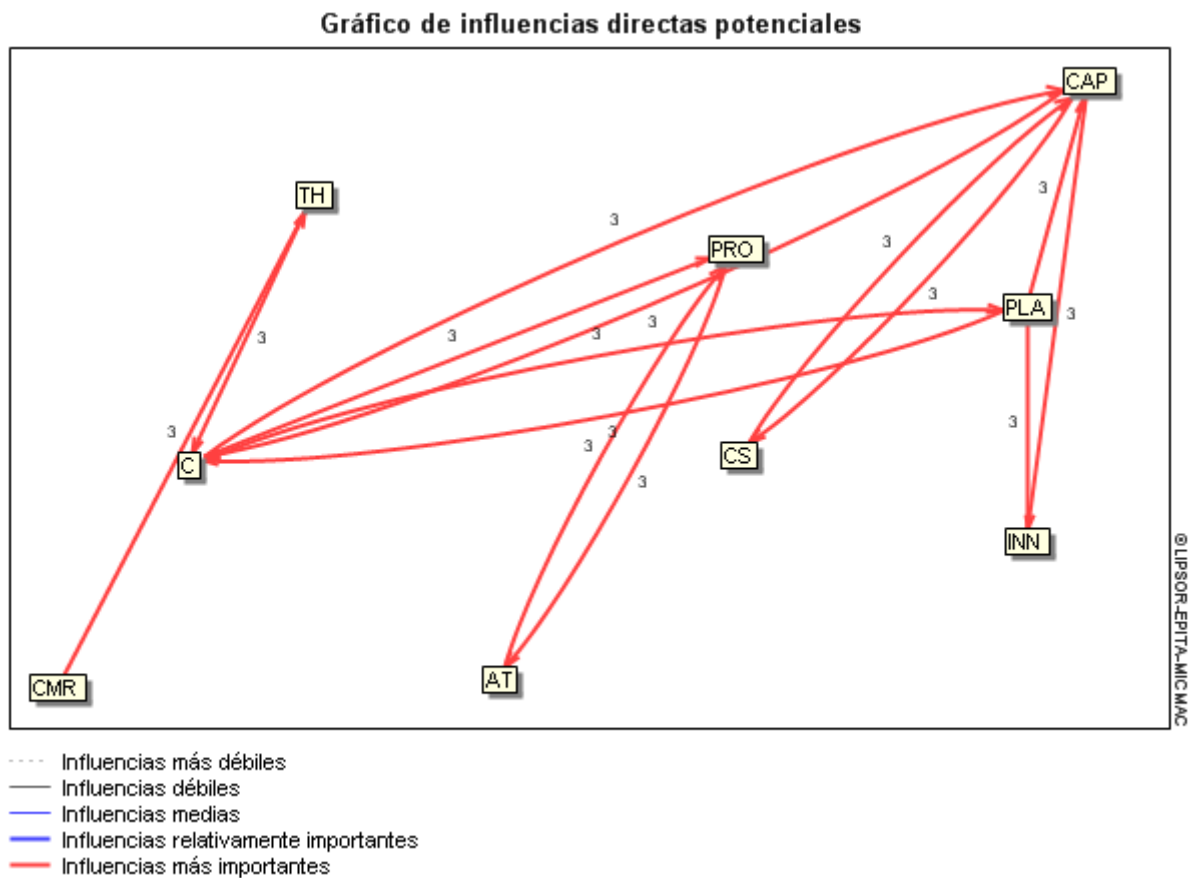


Gráfico 9. de influencias directas potenciales

### Influencias indirectes

Plano de influencias / dependencias indirectas

Este plano se determina a partir de la matriz de influencias indirectas MII.

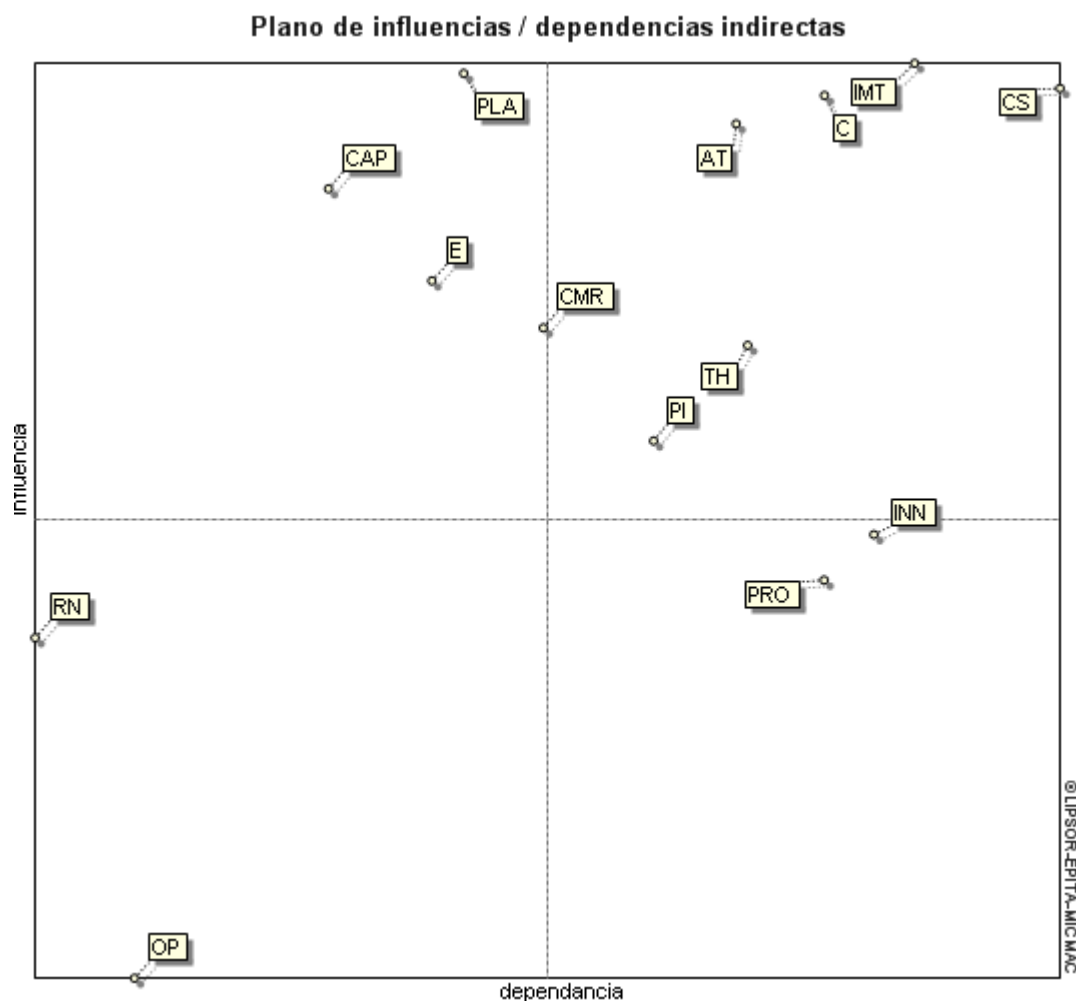


Gráfico 10. Influencias indirectas potenciales

Matriz de Influencias Indirectas Potenciales (MIIP)

La Matriz de Influencias Indirectas Potenciales (MIIP) corresponde a la Matriz de Influencias Directas Potenciales (MIDP) elevada a la potencia, por iteraciones sucesivas. A partir de esta matriz, una nueva clasificación de las variables pone en valor las variables potencialmente más importantes del sistema.

Los valores representan la tasa de influencias indirectas potenciales

Plano de influenciass / dependencias indirectas potenciales

Este plano se determina a partir de la matriz de influencias indirectas potenciales MIIP.

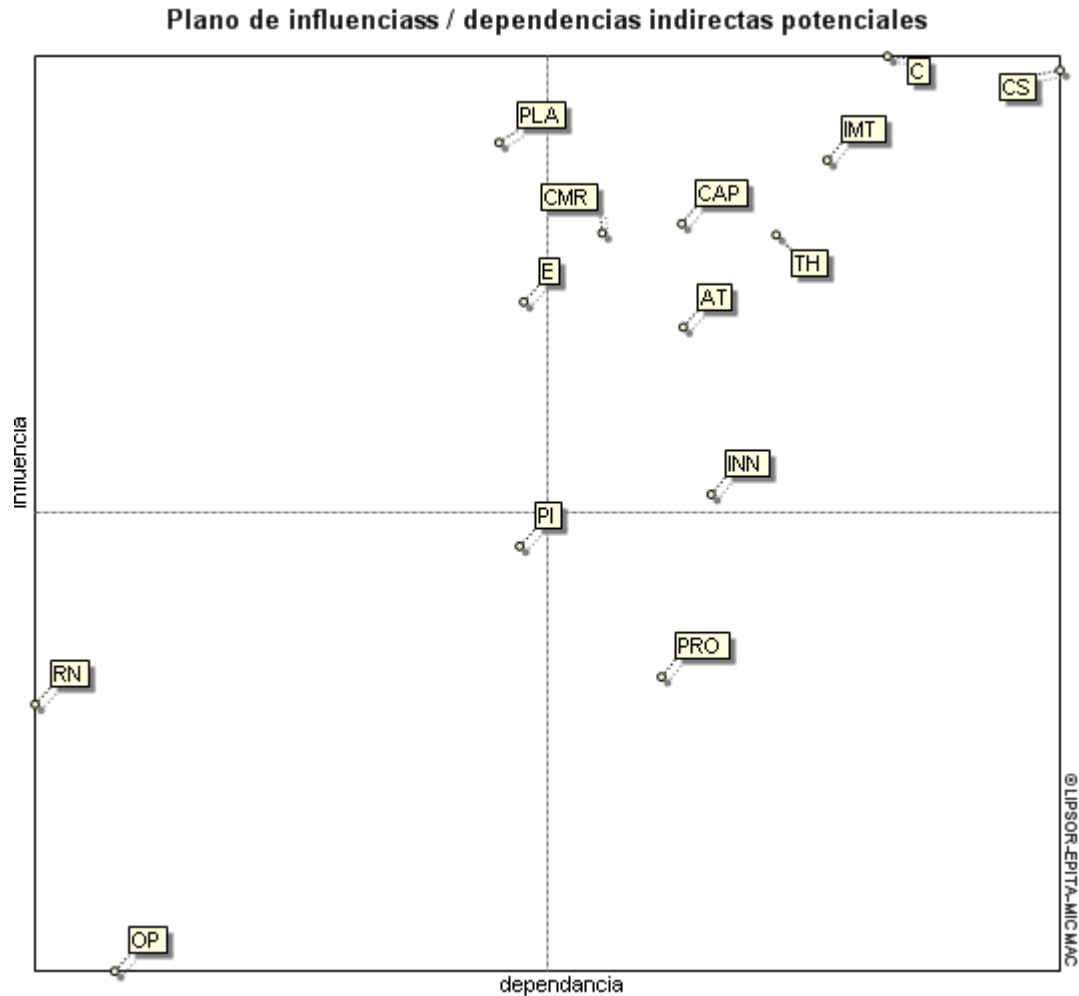
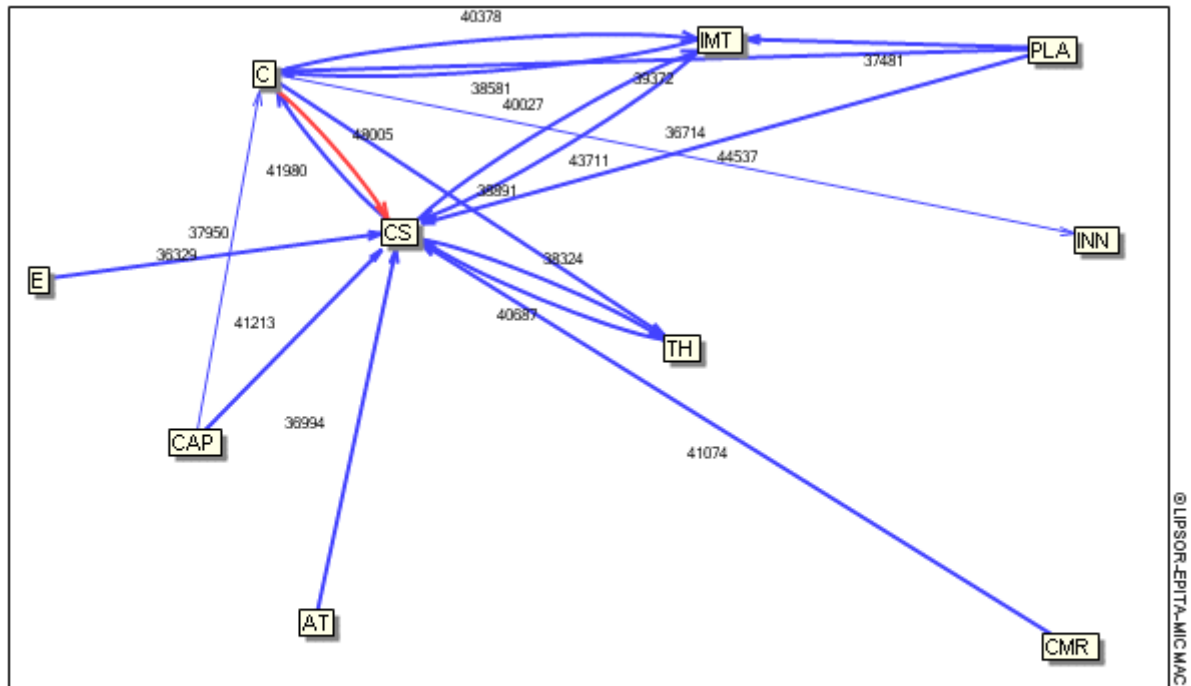


Gráfico 11. de influencias indirectas potenciales

Este gráfico se determina a partir de la matriz de influencias indirectas MIIP.



Gráfico de influencias indirectas potenciales



- ..... Influencias más débiles
- Influencias débiles
- Influencias medias
- Influencias relativamente importantes
- Influencias más importantes

Gráfico 12. Influencias indirectas potenciales

## 10. METODO MACTOR

El método de análisis de juego de actores, MACTOR (matriz de alianzas y conflictos: tácticas, objetivos y recomendaciones) se utiliza para valorar las relaciones de fuerza entre los actores. Sirve además, para identificar aquellos actores que ejercen influencia y ejercen control sobre las variables<sup>17</sup>

Para realizar el análisis estructural se utilizo el software del Laboratorio de Investigación en Prospectiva Estratégica y Organización (LIPSOR), MACTOR.

### 10.1 ANALISIS DE RELACION ENTRE ACTORES

En el estudio prospectivo para el turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, tenemos un total de quince actores, entre los que se presentan diferentes jerarquizaciones según su grado de influencia y la posición de cada uno de ellos, también su grado de impacto. Tenemos a continuación la relación que se presenta entre si:

- Policía de turismo del Cauca, tiene por objetivo ofrecer orientación e información a los turistas, de promover y rescatar valores, tradiciones, sentido de pertenencia y respeto por el patrimonio cultural del país. Tiene relación directa con otros actores como la Alcaldía Municipal, la Junta pro semana santa, Acopi, los cuales se posicionan entre los más influyentes en los procesos referentes al turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, en conjunto se encargan de organizar las actividades y velar por su éxito.
- Gobernación del Cauca, entidad estatal que posee una oficina específicamente para el desarrollo de actividades y proyectos turísticos

---

<sup>17</sup> Mera Rodríguez, Carlos William. Modulo Prospectiva Estratégica. UNAD – Bogotá, 2006.

en el Departamento del Cauca. En cuanto al turismo histórico religioso en Popayán, ayuda a coordinar eventos relacionados en compañía de la Alcaldía, Policía de Turismo y la Junta PPSS.

- Cámara de Comercio del Cauca, como institución de derecho privado cumple funciones en materia de desarrollo económico y comercial. En el turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, colabora con la organización de exposiciones artesanales y comerciales, en compañía de Acopi, comerciantes, artesanos, comfacauca, sena, y agencias de viaje y turismo.
- Sena, es una institución del estado que forma profesionales integrales y capacita en general a la comunidad de mas bajos recursos económicos en el país. Mediante sus programas relacionados con productos comerciales, industriales y artesanales coordina exposiciones de este tipo en eventos organizados en coordinación con la Alcaldía, comerciantes, artesanos, población local.
- Acopi, es la institución que agremia las pequeñas y medianas empresas a nivel nacional y regional. En las actividades turísticas de la región organiza grandes exposiciones en compañía de entidades como la Alcaldía, Gobernación, Policía de turismo, comerciantes, población local, artesanos de talla nacional e internacional.
- Comfacauca, generación de proyectos de bienestar social a la comunidad caucana, especialmente el trabajador afiliado y su familia. Capacita en diversas actividades y organiza exposiciones comerciales y artesanales en diferentes épocas del año, especialmente en temporadas del turismo. Tiene relación con los comerciantes, la Alcaldía, Policía de Turismo y Gobernación.
- Junta permanente Pro Semana Santa, es una de las organizaciones mas representativas del turismo religioso en la ciudad de Popayan, se encarga de preservar las tradiciones y mantenerlas en el mas alto nivel.

Tiene relación con actores como la Alcaldía, la policía de turismo, Gobernación del Cauca, casa de la cultura.

- Medios de comunicación, tienen un rol muy importante en todas las actividades que se organicen concernientes al turismo y el comercio. Se encarga de difundir y transmitir información. Coordina con la Alcaldía Municipal, Policía de turismo, comerciantes, artesanos, Gobernación, Acopi, Sena, Comfacauca, Junta PPSS, agencias de viaje y turismo, turistas, población local.
- Agencias de viaje y turismo, promocionan destinos turísticos, en este caso hacia la ciudad de Popayán a visitar todos sus atractivos turísticos y actividades religiosas. Tiene relación con actores como los turistas, comerciantes y artesanos.
- Casa de la cultura, impulsa y apoya a los artesanos, además fomenta la cultura a nivel regional. Coordina las exposiciones artesanales y eventos artísticos culturales para la ocasión. Se relaciona con actores como los artesanos, Alcaldía, Policía de turismo.
- Turistas, son las personas que sostienen el turismo de la región, quienes con sus visitas nos traen beneficios económicos y difunden la imagen de la ciudad. Tienen relación con agencias de viaje y turismo, artesanos, comerciantes.
- Población local, son todos los habitantes de la ciudad quienes se encargan de darle una buena imagen a la región con su amabilidad y cultura. En este caso no tienen relación directa con otros actores.
- Comerciantes, es el grupo de personas que se encargan de promover el comercio local, en diversas modalidades y productos. Esta actividad impulsa la economía de la región y trae beneficios. Este actor tiene relación con Acopi, Cámara de Comercio, Alcaldía, Población local, turistas, Policía de turismo, Sena, Comfacauca, artesanos, Gobernación del Cauca.

- Artesanos, son las personas que elaboran objetos a mano, transforman la materia prima y le imprimen su propia imaginación y creatividad. Esto atrae mucho a los turistas y también a la población local. Tiene relación con otros actores como la Acopi, Sena, Comfacauca, Comercio.
- Alcaldía Municipal, es la entidad gubernamental que se destaca en la organización de los eventos religiosos mas representativos de la ciudad y vela por su buena imagen y organización. En compañía de otros actores como la Policía de turismo, la Gobernación del Cauca, Acopi, Cámara de Comercio, Medios de comunicación, casa de la cultura, artesanos y comerciantes velan por el éxito de todas las actividades.

En el presente análisis no solo se presenta una relación de actores entre actores sino entre actores y variables. Observemos entonces la relación entre actores y variables.



CUADRO DE RELACION ENTRE ACTORES Y VARIABLES																
ACTORES	PTC	GC	CC	S	A	CM	JPPSS	MC	AVT	CCL	T	PL	CMTS	ART	AC	
VARIABLES																
CS			X		X			X	X				X	X		
PI	X				X		X	X							X	
TH	X	X		X											X	
OP	X															
C	X	X					X			X		X		X	X	
RN		X													X	
CMR			X			X		X			X					
E					X								X	X		
IMT					X		X				X					
PRO								X	X				X	X		
PLA		X					X								X	
INN				X	X								X	X	X	
CAP		X	X	X	X	X									X	
AT		X					X				X		X		X	

VARIABLES	ACTORES:
CS: Calidad del servicio	PTC: Policía turismo Cauca
PI: Políticas de imagen	GC: Gobernación
TH: Talento Humano	CC: Cámara de Comercio
OP: Orden público	S: Sena
C: Cultura	A: Acopi
RN: Recursos naturales	CM: Comfacauca
CMR: Comercio	JPPSS: Junta pro semana santa
E: Empleo	MC: Medios comunicación
IMT: Impacto turístico	AVT: Agencias viaje turismo
PRO: Promoción	CCL: Casa cultura
PLA: Planeación	T: Turistas
INN: Innovación	PL: Población local
CAP: Capacitación	CMTS: Comerciantes
AT: Atractivos turísticos	ART: Artesanos
	AC: Alcaldía

**MAA o matriz de actores x actores**

**Cuadro 16. Relaciones entre actores y variables**



### Matriz de Influencias Directas (MID)

	PTC	GC	CC	S	A	CM	JPP	MC	AVT	CCL	T	PL	CMTS	ART	AC
PTC	0	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	2	1
GC	0	0	3	2	3	2	3	3	0	2	3	2	3	2	2
CC	2	1	0	3	3	2	1	0	2	1	2	1	1	1	1
S	1	3	2	0	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	1
A	1	3	3	3	0	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2
CM	1	2	2	2	3	0	1	2	3	2	2	1	2	2	2
JPPSS	2	2	1	3	3	3	0	3	3	3	3	2	3	2	3
MC	1	3	2	3	1	3	3	0	2	3	0	1	2	3	2
AVT	1	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0
CCL	2	1	3	3	0	3	0	1	3	0	1	1	3	3	2
T	0	0	1	2	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
PL	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CMTS	0	1	0	3	2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
ART	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
AC	2	2	3	2	2	1	1	1	3	1	3	3	3	2	0

Las influencias se puntúan de 0 a 4 teniendo en cuenta la importancia del efecto sobre el actor :

- 0 : Sin influencia
- 1 : Procesos
- 2 : Proyectos
- 3 : Misión
- 4 : Existencia

© LIPSOR-EPITA-MACTOR

Cuadro 17. Matriz de influencia directas



## Matriz de Posiciones Valoradas (2MAO)

	SC	CEP	ACM	FPI	AE	PSI	PC	OAR	CTI	PCT	ICA	ICES	FIC	IBS	TM
PT	2	0	0	0	0	0	1	4	0	0	1	2	0	0	0
GC	1	3	0	1	2	1	0	3	1	3	3	1	0	0	0
CC	1	2	3	1	4	0	2	1	1	1	0	1	1	3	2
S	0	0	0	4	3	2	3	2	0	1	1	1	2	3	4
A	2	0	1	2	4	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2
CM	0	0	1	3	1	4	2	1	1	2	2	1	2	2	3
JP	1	4	4	1	2	2	4	4	3	2	3	4	3	2	3
MC	4	0	1	1	1	1	2	3	4	3	2	2	2	1	1
AV	2	0	2	1	1	0	0	2	1	4	1	3	1	1	1
CC	0	0	3	0	3	2	3	3	1	1	2	0	1	2	2
T	4	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	4	0	0
PL	4	0	1	1	0	1	1	2	1	0	0	3	4	1	1
CM	1	0	3	2	2	2	2	3	2	1	3	1	2	4	3
AR	1	0	2	1	3	1	3	3	1	0	2	2	3	2	4
AC	1	1	2	2	2	2	4	4	2	1	2	1	2	2	1

El signo indica si el actor es favorable u opuesto al objetivo  
 0 : El objetivo es poco consecuente  
 1 : El objetivo pone en peligro los procesos operativos (gestión, etc ...) del actor / es indispensable para sus procesos operativos  
 2 : El objetivo pone en peligro el éxito de los proyectos del actor / es indispensable para sus proyectos  
 3 : El objetivo pone en peligro el cumplimiento de las misiones del/ es indispensable para su misión  
 4 : El objetivo pone en peligro la propia existencia del actor / es indispensable para su existencia

Cuadro 18. Matriz de Posiciones Valoradas (2MAO)



## Matriz de influencias directas e indirectas (MIDI)

Mactor - ESTUDIO PROSPECTIVO PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA QUE PERMITA RECOPIAR Y MEJORAR LA CALIDA DEL SERVICIO DEL TURISMO HIST...

Fichero Edición Visualización Datos Resultados Seguimiento del taller Ventana ?

Matriz de Influencias Directas e Indirectas (MIDI)

	PTC	GC	CC	S	A	CM	JPPS	MC	AVT	CCL	T	PL	CMT	ART	AC	li
PTC	12	20	20	25	24	23	16	16	19	22	18	15	20	19	14	269
GC	13	18	18	25	21	19	14	14	18	21	16	14	20	19	15	247
CC	10	16	14	17	18	17	11	13	14	18	13	13	14	14	10	198
S	13	18	17	21	22	23	16	16	18	21	16	15	19	18	16	248
A	14	19	20	25	23	22	15	15	19	21	18	16	21	20	15	258
CM	13	17	18	21	21	19	13	12	18	20	14	14	18	18	14	231
JPPSS	13	21	21	26	23	24	15	16	22	24	17	18	23	22	16	286
MC	14	18	17	21	22	23	15	15	19	19	16	15	20	19	15	253
AVT	4	6	6	6	5	6	4	6	6	6	6	5	6	6	6	78
CCL	11	14	14	18	20	17	10	10	15	14	11	12	14	14	9	189
T	5	6	7	7	5	7	5	5	7	7	5	6	7	7	6	87
PL	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	26
CMTS	5	9	8	9	7	9	8	9	7	8	7	9	8	8	7	110
ART	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	40
AC	12	15	16	20	21	18	12	12	15	18	15	16	16	15	11	221
Di	131	184	187	225	213	213	143	149	195	210	168	171	203	201	148	2741

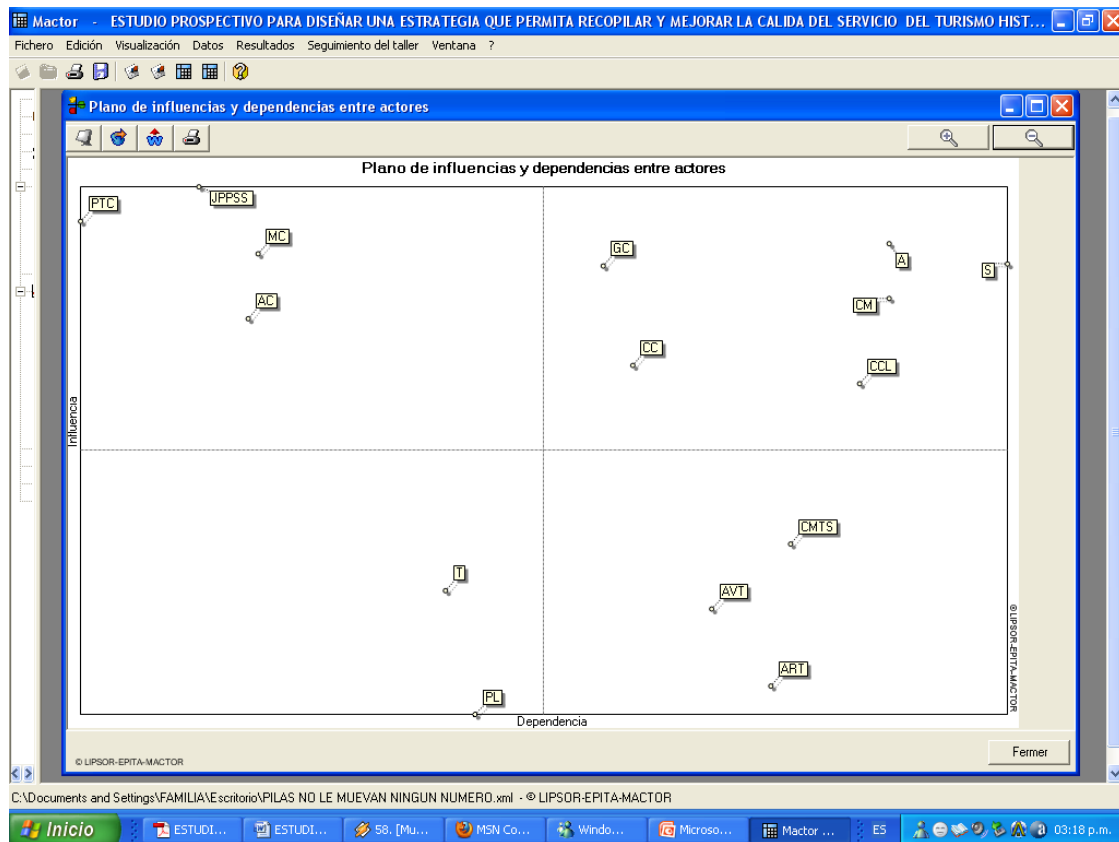
Los valores representan las influencias directas e indirectas de los actores entre ellos :  
Cuanto más importante es la cifra mayor influencia del actor sobre otro.

© LIPSOR-EPITA-MACTOR Fermer

C:\Documents and Settings\FAMILIA\Escritorio\PILAS NO LE MUEVAN NINGUN NUMERO.xml - © LIPSOR-EPITA-MACTOR

Cuadro 19. Matriz de influencias directas e indirectas (MIDI)

## Plano de influencias y dependencias entre actores



Gráfica 13. Plano de influencias y dependencias entre actores

### Análisis del plano de influencias y dependencias entre actores

El análisis de plano de influencia y dependencia de los actores sociales de mayor incidencia en el estudio prospectivo del turismo histórico religiosos en la ciudad de Popayán, se toman como referencia los planteamientos del libro *Iniciación a la Prospectiva*<sup>18</sup>, de Carlos Arturo Franco Restrepo.

<sup>18</sup> FRANCO Restrepo, Carlos Arturo. *Iniciación a la Prospectiva*

**Actores dominantes:** (Cuadrante superior izquierdo). Influencia alta y dependencia baja. Se posicionan en este lugar la Junta Permanente Pro Semana Santa, Policía de Turismo del Cauca, Medios de Comunicación y Alcaldía Municipal de Popayán.

**Actores de enlace o articulados:** (Cuadrante superior derecho). Se localizan Gobernación del Cauca, Acopi, Sena, Cámara de Comercio del Cauca, Comfacauca y Casa de la Cultura. Poseen influencia media y dependencia media en relación con los otros actores sociales.

**Actores autónomos:** (Cuadrante inferior izquierdo). Están ubicados los turistas y la población local. Tienen una influencia y dependencia bajas con relación a los demás actores sociales. Estos actores son independientes de la organización de actividades, de los políticas y eventos que propenden por el objetivo de la recopilación de datos y los servicios turísticos. Aunque los turistas son importantes no tienen relación directa con la organización.

**Actores dominados:** (Cuadrante inferior derecho). En este cuadrante tenemos comerciantes, las agencias de viaje y turismo y los artesanos. Tienen influencia y dependencia nulas. En la organización de las actividades concernientes a promover el turismo histórico religioso estos actores no tienen incidencia en los planes, metas y estrategias.

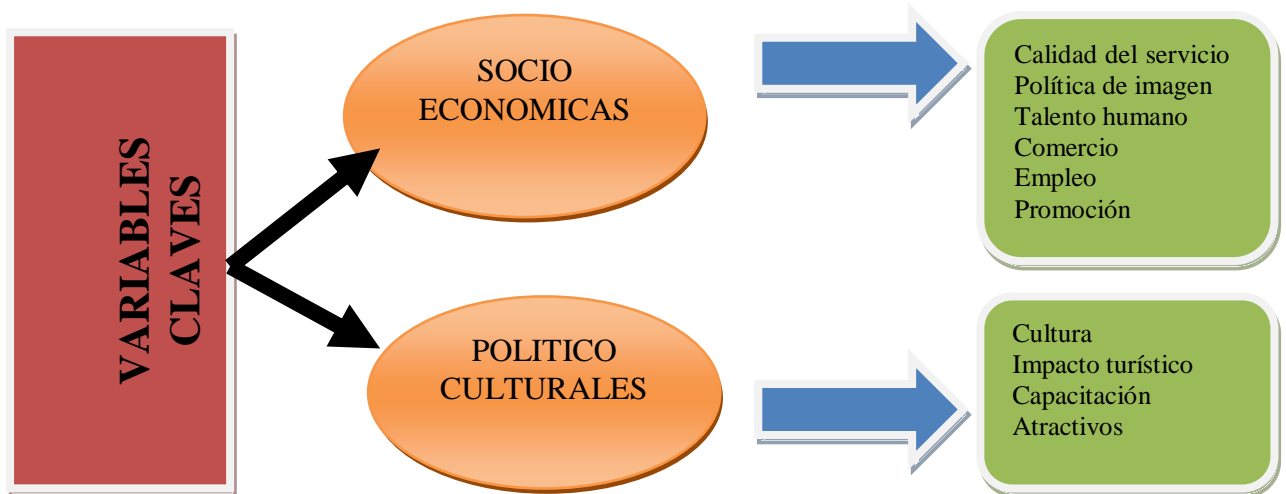
## 10.2 PLAN DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Reconocimiento del turismo religioso</p> <p>Mejoramiento de la economía local</p> <p>Gran cantidad de sitios históricos religiosos y de interés turístico</p> <p>Declarado Patrimonio de la humanidad la Semana Santa.</p> <p>Interés de la administración local en fortalecer el turismo</p> <p>Hoteles de primera calidad con promociones anticipadas para la Semana Santa</p> <p>Mayor cobertura en empleo.</p>	<p>Pocas estrategias a nivel local que repercutan en los diferentes ámbitos: nacional e internacional.</p> <p>Falta política de imagen.</p> <p>Falta de la recopilación de datos</p> <p>Poca cobertura hotelera en época de Semana Santa</p> <p>Poco interés en la conservación de los sitios turísticos religiosos</p> <p>La inseguridad</p> <p>El mal tiempo en época de Semana Santa.</p> <p>No hay divulgación a nivel nacional de la Semana Santa en Popayán</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Promocionar el turismo histórico religioso a nivel mundial por la declaración de Patrimonio de la humanidad.</p> <p>La capacitación del recurso humano, en esta rama, por diferentes universidades locales.</p> <p>Reconocimiento de la cultura payanesa como una de las mejores en cuanto a religiosidad.</p> <p>Crecimiento de la infraestructura hotelera</p>	<p>Falta de recursos económicos y estatales para la promoción.</p> <p>Crecimiento desmesurado de los precios en el comercio local.</p> <p>Poco recurso humano preparado para la época de Semana Santa en lo relativo a guías.</p>

Cuadro 20. Plan DOFA



### 103. IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES CLAVES O ESTRATEGICAS



MINIMO	CAMPOS	MAXIMO
-	Socio económicos	+
-	Político culturales	+

Figura 5. EJE DE SCHWARTZ



Fuente: Investigadoras

ESCENARIO 1. **“QUIEN LUCHA PUEDE PERDER; QUIEN NO LUCHA YA PERDIO”**



Figura 6. Escenario 1.

*“La lucha nos hace fuertes. La lucha nos hace mejores. La lucha nos convierte en lo que somos. Sin lucha jamás nos veríamos obligados a superar nuestros límites, a dar más de nosotros mismos, a alcanzar todo nuestro potencial. Jamás nos veríamos obligados a buscar lo mejor de nosotros mismos y a encontrarlo. Sin lucha jamás seríamos el tipo de personas que pueden hacer realidad sus sueños”.*

Keith Ellis.

La variable socio económica es negativa (-), la calidad del servicio es deficiente debido a que no hay inversión para el mejoramiento del talento humano, por ejemplo en capacitaciones y reconocimientos a los esfuerzos. El efecto se observa en un decaimiento del comercio y por consiguiente reducción del empleo en la ciudad de Popayán. Falta de estrategias para lanzar promociones atractivas para los turistas.

El aspecto socio cultural es positivo (+). Conservación y recuperación de los valores culturales, preservación y rehabilitación de monumentos culturales y

lugares históricos religiosos. Inversión en capacitaciones a las personas involucradas en las diferentes actividades turísticas de la región. Mejorar la imagen de todos los atractivos turísticos genera un impacto turístico importante que mejora la imagen de la ciudad hacia el exterior.

## ESCENARIO 2. ¡NO ESPERES MAS, ACTUA AHORA”



Figura 7. Escenario 2.

*“Las excusas y la autocrítica son frenos que muchos utilizan para no progresar en la vida.*

*La postergación, dejadez o desidia, como prefiera llamarla, nos limita a conseguir todo lo que esperamos de la vida. “La postergación es como una trampa contra nosotros mismos porque nos roba la vida”, afirma el sicólogo Gustavo Ekroth. “La dejadez nos desgasta lentamente, mientras esperamos de brazos cruzados que las cosas se solucionen solas, como por arte de magia. En general, postergamos más aquellas cosas que nos autoimponemos, que las que nos ordenan otras personas”.*

En este escenario alterno las variables socio económica es positiva (+) y la político cultural es negativa (-).

En el aspecto socio económico, el turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán, gracias al esfuerzo continuo de todos los actores implicados para implementar nuevas políticas de imagen, han logrado mejorar la calidad de los servicios turísticos, derivados de de las inversiones en capacitaciones al recurso humano. El incremento de turistas se debe a las promociones ofrecidas y que han tenido su efecto dinamizando el comercio y aumentado el empleo.

En la parte político cultural, se presenta un comportamiento negativo, debido que el impacto turístico que se quiere mostrar hacia el exterior, no arroja los resultados esperados, porque las estrategias no son lo suficientemente fuertes. Por ejemplo, falta mejorar la calidad y la cantidad de capacitaciones al personal implicado en las actividades relacionadas, es decir no se tiene el personal idóneo. Los atractivos turísticos y culturales no se han difundido en su totalidad, una de las causas es la falta de información, no existen bases de datos históricos, ni estadísticas de referencia.

Se habla además de las variables claves como: Calidad del servicio, Política de imagen, Talento humano, que repercuten positivamente en el comercio, el empleo y la promoción.

Las políticas socioculturales que se manifiestan a través de la cultura ciudadana, repercutiendo en el impacto turístico. Si se capacita al recurso humano, se tendrá mayor oportunidad de dar a conocer todos los atractivos turísticos, cuya influencia sería directa sobre la economía payanesa



### 3. Escenario: CATACLISMO HISTORICO, CULTURAL DE LA CIUDAD BLANCA

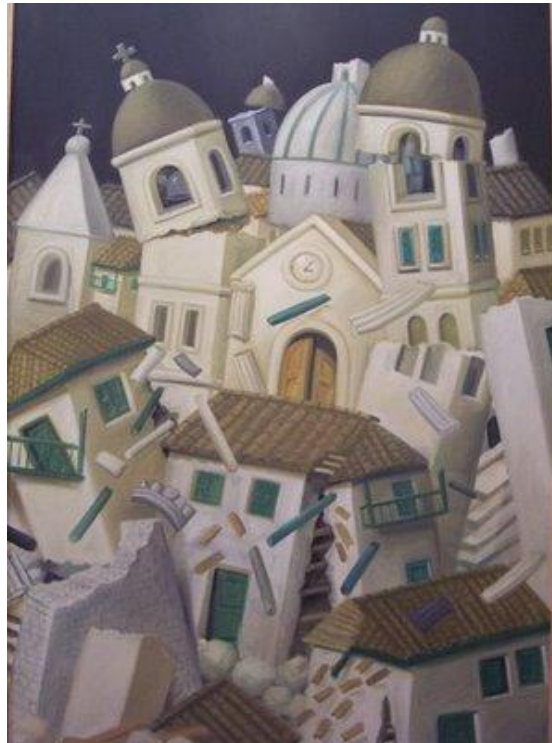


Figura 8. Escenario 3

Este escenario, sería negativo en el aspecto político cultural, frente al turismo histórico religioso de la ciudad de Popayán. Las razones serían: el impacto turístico se vería afectado por la falta de resultados esperados, frente a las diferentes alternativas que los entes implicados en esta rama, estarían gestionando.

Si no hay una buena capacitación, si no se prepara al recurso humano, y si las políticas de una imagen positiva, no se consolidan la calidad del servicio sería como lo expresa la imagen un cataclismo total.

#### 4. POPAYAN, INDUSTRIA DEL TURISMO RELIGIOSO



Figura 9. Escenario 4.

*“La palabra sinónimo de turismo es honestidad; honestidad en los alimentos y bebidas, honestidad en el trato, honestidad en los transportes, honestidad en los precios; esto forma parte del plan. El resto lo pone nuestro ideal clima, nuestra pródiga y bella naturaleza, nuestras costumbres, nuestra rica tradición, el colorido y lo pintoresco de los pueblos”*

*Don Lucas de Palacio  
(Hotelero Mexicano)*

Popayán es la ciudad colombiana religiosa por excelencia que cuenta con el mayor número de iglesias por habitante en Colombia, construidas durante los siglos XVII y XVIII.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo “la calidad total es la apuesta mas segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo

es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

En el servicio, el cliente además de ser juez de calidad, es el más importante multiplicador (positivo o negativo).

Este es el escenario apuesta, aquí las variables socio económicas y las socio culturales son positivas (+).

El desarrollo del turismo en Popayán ofrece muchas ventajas tanto para el país como para el turista que nos visita.

Se genera empleo y por ende, se presenta un mayor desarrollo. Al tener un buen servicio turístico para brindar, los turistas se motivan y vienen dejando ingresos al país que a su vez fortalecen la economía.

El turismo promueve el intercambio cultural, uno aprende de los turistas y ellos de nuestra región y cultura. Asimismo, mejora la calidad de vida tanto del turista como del prestador de servicios turísticos; del turista ya que logra llenar sus expectativas y vive nuevas experiencias, y del prestador de servicios turísticos ya que tiene la satisfacción de brindar buenos servicios y a cambio, recibe ingresos económicos. Adicionalmente, también está el desarrollo sostenible que viene a ser la manera en la que conservamos la cultura y el ambiente para poder seguir ofreciendo el destino.

#### **10.4 CONSTRUCCION DEL ESCENARIO IDEAL**

Luego de analizar cada uno de los escenarios concluimos que el escenario ideal es el No. 4 POPAYAN, INDUSTRIA DEL TURISMO RELIGIOSO.

El Turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional y nacional.

Popayán, es una de las ciudades más tradicionales y bellas de Colombia y posee grandes joyas arquitectónicas, monumentos religiosos y culturales de gran belleza.

Este patrimonio es un gran potencial turístico que debe ser explotado a cabalidad. Para hacer realidad este escenario apuesta es necesario un trabajo en equipo en donde todas los actores involucrados en el sector, planeen estrategias que promueva el turismo historio cultural de la ciudad de Popayán.

Las siguientes son las estrategias que se deben implementar:

- Fomentar la cultura como modelo de identidad de la ciudad y el turismo como mecanismo de divulgación de nuestra región.
- Para la recuperación de la memoria histórica religiosa de la ciudad de Popayán, se plantean las siguientes estrategias:
- Que la Iglesia, a través de la arquidiosis, proporcione datos valiosos sobre la el museo de arte religioso, para enriquecer la base de datos
- Que las autoridades tanto municipales como departamentales, aporten recursos para el mantenimiento de los sitios históricos religiosos.
- Proponer a las entidades pertinentes, que se ponga al servicio del público, con mayor eficiencia y eficacia, los museos.

- Que haya una oficina donde se recopile toda la información acerca de los sitios religiosos e históricos de la ciudad.
- Que se unifiquen todas las entidades de turismo
- Que haya divulgación del sector histórico religioso a través de las empresas de turismo
- Capacitación del personal no sólo para Semana Santa, sino de manera continua, para que la calidad del servicio sea óptimo y así atraiga más turistas.



## 11. CONCLUSIONES

El presente trabajo, tuvo como objetivo general diseñar una estrategia que permita la recopilación de datos y la promoción de un servicio de calidad en el turismo histórico religioso en la ciudad de Popayán.

Se hicieron los respectivos análisis del sector encontrando que los actores dominantes fueron la Junta Pro Semana Santa, Policía de Turismo del Cauca, Medios de Comunicación y Alcaldía Municipal de Popayán. Entre los actores de enlace o articulados están la Gobernación del Cauca, Acopi, Sena, Cámara de Comercio del Cauca, Comfacauca y Casa de la Cultura que poseen influencia media y dependencia media en relación con los otros actores sociales. Los actores autónomos son los turistas y la población que son independientes de los demás actores y aunque los turistas son importantes no tienen relación directa con la organización.

Los actores dominados sobresalieron las agencias de viaje y los artesanos, haciéndose además el Plan DOFA, lo que arrojó las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene el turismo en Popayán identificando además las variables claves para implementar la estrategia deseada, lo que dio como resultado los diferentes escenarios, lo que dio como resultado la construcción del escenario ideal, que fue el: Popayán, industria del turismo religioso.

Se diseñó las estrategias a implementar, entre las que se encuentran: el fomento a la cultura como modelo de identidad de la ciudad y el turismo como mecanismo de divulgación de nuestra región.

Para la recuperación de la memoria histórica religiosa de la ciudad de Popayán, se plantearon estrategias como: la colaboración de la Iglesia en



cuanto a información de la historia religiosa de la ciudad, la colaboración de las autoridades tanto municipales como regionales en la conservación de los sitios históricos religiosos, que haya una oficina que esté destinada a la recopilación de datos de este turismo, que se unifiquen y se divulgue el turismo religioso de la ciudad, especialmente en época de Semana Santa, capacitando además al personal directamente implicado en el tema.



## BIBLIOGRAFÍA:

AYALA Castro Héctor: Introducción al turismo. Panorama Actual del Turismo Internacional. CD Maestría. Módulo Básico. La Habana 2002

CARABALLO Kathleen, LUQUE Yuliana. Guía de Turismo (Manual del Instituto Educativo Metropolitano) Atlas de Venezuela en línea. anailuy27\_chica[arroba]hotmail.com. República bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes

CORONADO M. Loreto, 1993, Concientización Turística

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. Historia General del Turismo de Masas, Alianza Universidad Textos Alianza editorial, 1991, Madrid

FRANCO Restrepo, Carlos Arturo. Iniciación a la Prospectiva

GOIRI Olatz: " Turismo religioso internacional en Cuba: La santería. Master Universitario Internacional en turismo y hostelería. Valencia. Material impreso, inédito. 2004

LEY 300 de 1996

LEY 1101 de 2006.

PERIODICO EL LIBERAL. Popayán, Abril 9 de 2009

RAMÍREZ Frías C. Hugo : Turismo, Religión e Identidad. Ponencia presentada en el VIII Taller Internacional de antropología social afroamericana. Publicada en formato electrónico por La Casa de África. 2004





ROBLES Salgado, Javier, (): " Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la  
preservación del patrimonio y desarrollo". Biblio 3W, Universidad de  
Barcelona.[www.es/geocrit/b3w-316.htm](http://www.es/geocrit/b3w-316.htm). 2001

