

DIAGNOSTICO EL CLUSTER TURÍSTICO COMO MECANISMO DE DESARROLLO REGIONAL MUNICIPIO DE CUASPUD - CARLOSAMA¹

Cámara de comercio de Ipiales – Municipio de Cuaspud Carlosama
Consultor: Eduardo David Chalapud Narvárez²

Resumen

Se presenta un modelo Diagnóstico para la conformación de un clúster turístico en el Municipio de Cuaspud - Carlosama en el departamento de Nariño, se analizan diferentes niveles y elementos que intervienen en el sector y que son esenciales para el desarrollo regional como: la identificación de las clases de turismo, infraestructura, potencial turístico y actores relevantes, para ello, se utiliza un modelo sistémico de clúster turístico propuesto por algunos autores. Posteriormente mediante la matriz IGO se generan alternativas para el desarrollo cualitativo y cuantitativo del clúster, haciendo énfasis en los beneficios socioeconómicos, culturales y ambientales.

Palabras clave: Clúster, turismo, desarrollo regional, actores turísticos, matriz IGO, competitividad.

DIAGNOSIS OF THE TOURISM CLUSTER AS A MECHANISM FOR REGIONAL DEVELOPMENT MUNICIPALITY OF CUASPUD - CARLOSAMA

¹ Diagnóstico, resultado de la primera fase del proyecto titulado “Diagnóstico para la creación del clúster turístico regional en los municipios del área de influencia de la Cámara de Comercio de Ipiales” en ejecución de noviembre de 2022 hasta diciembre de 2022 en el Municipio de Cuaspud - Carlosama.

² Docente – Investigador de la Escuela de Ciencias Administrativas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN. PhD (c). Administración gerencial; Magister en Administración y Competitividad, Especialista en Economía Internacional, profesional en Ciencia Política, profesional en Economía, Consultor. Correo electrónico: eduardo_chalapud@cun.edu.co

Abstract:

A diagnostic model is presented for the formation of a tourism cluster in the Municipality of Cuaspud - Carlosama in the department of Nariño, analyzing different levels and elements that intervene in the sector and that are essential for regional development such as: the identification of the types of tourism, infrastructure, tourism potential and relevant actors, using a systemic model of tourism cluster proposed by some authors. Subsequently, using the IGO matrix, alternatives for the qualitative and quantitative development of the cluster are generated, emphasizing the socioeconomic, cultural and environmental benefits.

Key words: Cluster, tourism, regional development, tourism stakeholders, IGO matrix, competitiveness.

DIAGNÓSTICO DO CLUSTER TURÍSTICO COMO MECANISMO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL MUNICÍPIO DE CUASPUD - CARLOSAMA

Resumo:

É apresentado um modelo para a conformação de um cluster turístico no Município de Cuaspud - Carlosama no departamento de Nariño, são analisados diferentes níveis e elementos que intervêm no sector e que são essenciais para o desenvolvimento regional, tais como: a identificação dos tipos de turismo, infra-estruturas, potencial turístico e actores relevantes, para isso é utilizado um

modelo sistémico de cluster turístico proposto por alguns autores. Subsequentemente, utilizando a matriz IGO, são geradas alternativas para o desenvolvimento qualitativo e quantitativo do agrupamento, enfatizando os benefícios socioeconómicos, culturais e ambientais.

Palavras-chave: Cluster, turismo, desenvolvimento regional, agentes do turismo, matriz IGO, competitividade.

1. Introducción

En la actualidad, el reto que deben asumir las empresas es aprender a convivir y relacionarse con diferentes sistemas de organización productiva (Gil Toledo, 2017). En las regiones, las instituciones que se dedican al turismo poseen una gran potencialidad competitiva que debe ser aprovechada en la escogencia de la estrategia para fomentar objetivos conjuntos a largo plazo, todo ello ayuda a la fiabilidad y percepción que los turistas tienen sobre los destinos (Penagos et al., 2021). La organización de clúster turísticos para el desarrollo regional consolida “un espacio geográfico que tiene los atractivos necesarios para perfilar un productoturístico, dotado, además, con componentes tecnológicos y empresariales que permiten la formación de una cadena de producción” (R. Jaramillo, 2003, p. 35), en muchos casos con innovación social sostenible (C. Jaramillo et al., 2020) y dedicado a diferentes atractivos de acuerdo con la región. Según Aboal et al., (2020), el estudio de la economía de la aglomeración tiene su inicio en prestigiosos economistas como

Marshall (1890), Arrow (1962) y Fujita et al. (2000) para luego ser incorporada

en la literatura administrativa. De acuerdo con Porter (1998a), los Clúster son aglomeraciones o concentraciones de empresas e instituciones en un mismo sector geográfico que se relacionan en un grupo específico, además, incluyen diversos actores públicos y privados tales como: proveedores de insumos y logística, fabricantes, industrias, tecnologías o prestadores de servicios.

Son muchos los beneficios de los Clúster porque conducen al crecimiento y productividad y ayudan a estabilizar la política económica, generan crecimiento local y desarrollo regional con efectos sinérgicos en variables tan importantes como tecnología, empleo e inversión (Mirčetić et al., 2019). Rosenfeld (2002), define a los Clúster como una concentración de empresas enlazadas comercialmente, con una comunicación constante que comparten un entorno con amenazas y oportunidades comunes. Feser (1998), manifiesta a nivel de empresa que los Clúster reúnen varias organizaciones con proveedores especializados haciendo énfasis en el análisis de la cadena de suministro, estrategias de marketing, contratación y nuevas empresas. Paraušić & Domazet (2018), argumentan cuatro contribuciones “positivas” que los Clusters generan en los actores que los componen: (1) Costes de producción adecuados e incrementos de la productividad; (2) Incremento de la innovación: los Clusters generan un incremento potencial de la innovación, desarrollo tecnológico e investigación como ventaja competitiva; (3) Incremento de la competitividad entre los miembros del Cluster y desarrollo del ecosistema empresarial (infraestructura, conocimiento y mano de obra especializada); (4) Atracción de financiamiento externo que se traduce en un incremento de la inversión extranjera directa.

El objetivo del presente trabajo de investigación es proponer un modelo de cluster turístico regional tomando en cuenta el municipio de Cuaspud – Carlosama ubicado en el Departamento de Nariño – Colombia, cuyos atributos turísticos naturales y artificiales son pertinentes para enfocar el desarrollo regional del sur del departamento bajo un modelo sistémico de cluster que incluye la identificación de clases de turismo, infraestructura, actores institucionales públicos y privados nacionales, departamentales y municipales, su potencial turístico y estrategias de superación de desafíos.

2. Marco teórico

2.1 El clúster turístico

Actualmente el sector turismo reúne muchas actividades de carácter diverso, siendo uno de los sectores más importantes de la región en el sur del departamento de Nariño en la generación de empleo y de nuevas organizaciones e inversiones. Actualmente, el turismo hace mucho más énfasis en las “experiencias a medida”, lo que define el grado de especialización de las pequeñas y medianas empresas en el ofrecimiento del producto o servicio (Mirčetić et al., 2019). Los destinos turísticos más apetecidos tienen que ver con la naturaleza protegida o preservada por las comunidades. Además, el turismo es considerado con potencial industrial con efectos muy positivos en la estructura socioeconómica de diversas regiones. (Ristic et al., 2016).

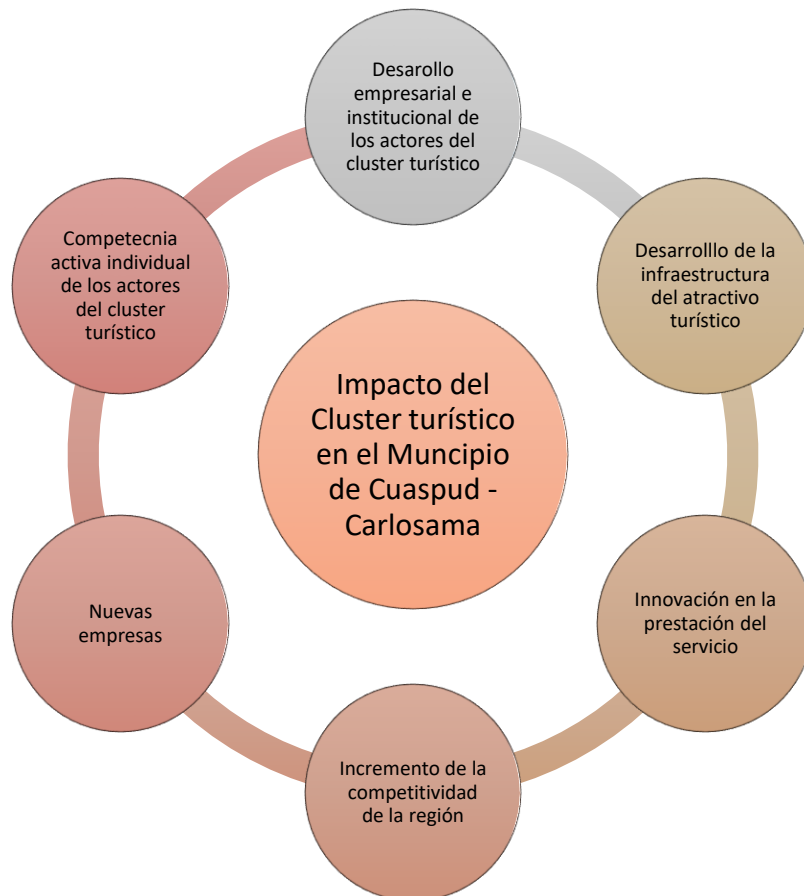
De acuerdo con Kachniewska (2013), el cluster turístico posee los siguientes atributos: es un conglomerado de entidades u organizaciones que ofrecen servicios

turísticos en un territorio delimitado; participan en él empresas comerciales, academia, fundaciones e instituciones gubernamentales; además, se especializan en el intercambio de información y la generación de conocimiento; se fundan con una afiliación abierta y son sistémicos; desarrollan una planeación estratégica y participan en economías de escala.

Un cluster turístico genera una oferta de productos y servicios que giran en torno a un activo turístico, sus organizaciones son favorecidas al tener acceso a información muy importante sobre los cambios en las necesidades y a su vez en los productos, servicios y mercados afectando la competitividad de las empresas turísticas que conforman el Clúster (García et al., 2020). Además, los vínculos con varios empresarios y la transferencia de conocimientos que surgen de sus experiencias y socios pioneros pueden originar una ventaja competitiva sostenible (Delgado et al., 2014).

Dentro del Clúster, las interacciones regulares y continuas entre los diversos actores son más fáciles (Porter, 1998b) con la flexibilidad empresarial, colaboración entre competidores y políticas gubernamentales de apoyo a la actividad turística. El clúster turístico ayuda a organizar la cadena de valor, aumenta la productividad, impulsan la dirección y ritmo de la innovación y forman nuevos negocios turísticos (Porter, 1998a). En la Figura 1 se observa el impacto que los actores del Clúster Turístico perciben al pertenecer a él.

Figura 1
Impacto del Clúster Turístico Municipio de Cuaspud – Carlosama



Fuente: Elaboración Propia (2021)

Los clústeres turísticos generan gran impacto regional, promueven nuevos emprendimientos, desarrollan la infraestructura e instituciones, generan empleo, competitividad e innovación y renuevan la actitud de los actores frente a la prestación del servicio. La identificación de la cadena de valor en el turismo permite distinguir su funcionamiento y está compuesta por empresas de transporte, hoteles, empresas que brindan “experiencias” al turista, agentes turísticos, agencias de viaje, aerolíneas, restaurantes tanto a nivel local como regional e instituciones

públicas y privadas ligadas al sector, su articulación es indispensable en la promesa de servicio que se genera a un cliente (Benavides, 2019).

3. Metodología

Para avanzar en el modelo de Cluster para el desarrollo regional fue necesario tener en cuenta el entorno productivo que gira en torno a la organización turística. Los elementos necesarios que se tuvieron en cuenta fueron los reportados por Montañó et al. (2012):

- Capacidad del destino turístico para brindar desarrollo sostenible
- Identificar el sistema productivo
- Actores y área de influencia
- Capacidad institucional de los actores relacionados con el atractivo turístico

Se distinguieron algunos elementos de competitividad de los destinos turísticos incorporados por Pascarella & Fontes (2010) :(1) Recursos humanos: cualificación de los trabajadores y generación de conocimiento, (2) Recursos físicos: Infraestructura, acceso y logística turística, (3) Recursos institucionales: Economía local, políticas públicas y prácticas de Marketing, (4) Productos y Servicios: relacionados con la experiencia que se entrega en el atractivo turístico. De acuerdo con esto, se logró identificar en el municipio de Cuaspud - Carlosama siete clases de turismo que son esenciales en la conformación del cluster:

1. **Turismo de aventura:** De acuerdo con Diaz (2012), el turismo de aventura se define como la ejecución de actividades deportivas que tienen como fin la recreación. Su rasgo característico es superar algunos desafíos naturales.
2. **Turismo de bajo costo:** Turismo que se realiza con un presupuesto limitado y busca cumplir sus expectativas turísticas con las restricciones económicas que se tengan. De acuerdo con Suñol (2008), el turismo de bajo costo no eleva la calidad del producto y no permite la competitividad en comparación con otros sectores.
3. **Turismo rural:** Es un turismo que desarrolla sus actividades en el medio rural, en muchas ocasiones promueve el patrimonio cultural y natural de las comunidades, genera efectos positivos en la sociedad agrícola ya que agrega valor a sus productos y servicios (Machado et al., 2020).
4. **Turismo cultural:** Es aquella forma de turismo que facilita conocer monumentos, museos, arquitectura, exposiciones, galerías, historia, vida y cultura del sitio que visita, contribuye a su sostenimiento y genera valor agregado económico para la comunidad comprometida en ello (Machado et al., 2020).
5. **Turismo con propósito:** Es un turismo que tiene un enfoque en particular, conocer un territorio específico, sitios no comunes que pueden generar interés académico, visual e identitario en los turistas.
6. **Ecoturismo:** Es un sector que se basa en turismo natural e incluye la

sostenibilidad. “La sociedad Internacional de Ecoturismo lo define como turismo responsable a áreas naturales, que conserva el ambiente y mejora el bienestar de la gente de la localidad” (Amos, 2010, p. 6).

7. Turismo gastronómico: Turismo que se efectúa a través de la necesidad de visitar restaurantes de comida tradicional de la región, eventos de degustación, mercados, festivales y participación en la generación de experiencias culinarias en los procesos de producción de gastronomía, además, los alimentos tradicionales crean una ventaja competitiva (Bertan, 2020).

3.1. Características del municipio de Cuaspud - Carlosama

En la Tabla 1, Se observan las características generales del municipio de Cuaspud - Carlosama - Nariño. La información presentada corresponde al año 2021.

Tabla 1

Características del Municipio de Cuaspud - Carlosama

Localización	El Municipio de Cuaspud - Carlosama al sur del Departamento. de Nariño en límites con la República del Ecuador, lo que determina unas coordenadas de latitud norte de 0° 52´ y longitud oeste de Greenwich de 77° 44´12´´ Se sitúa a 13 kilómetros de ciudad de Ipiales y a 118 kilómetros de San Juan de Pasto (Secretaría del municipio de Cuaspud - Carlosama, 2021)
Temperatura	Mínima 8°C – Máxima 18°C
Población	8.108 habitantes – Densidad de población del municipio Cuaspud – Carlosama 168,9 hab./km ² (437,5 pop/sq mi) (municipio Cuaspud - Carlosama,2022)
Economía	Se basa en la actividad agropecuaria, favoreciendo minería, silvicultura además de productos derivados de leche; la dedicación de hectáreas a la cosecha de Papa, cebada, haba, trigo además de cultivos anuales como el maíz. (Secretaría de Cuaspud - Carlosama, 2022)

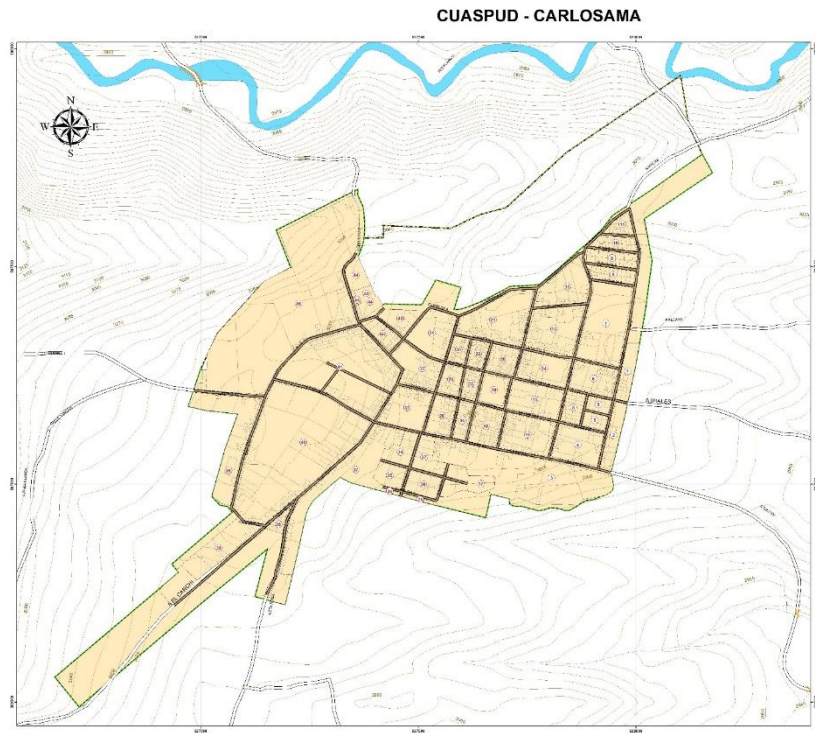
Toponimia

La palabra «Cuaspud» es de origen quechua y sus componentes léxicos son Cuash 'agua', 'río' y pud 'cima', 'volcán' denominación de Carlosama se debe a la célebre frase "CARLOS OS AMA", con la que el monarca español Carlos IV, acostumbraba a terminar sus mensajes a los moradores de la pequeña villa. La palabra "Cuaspud" es de origen quechua y significa: Cuash = Agua o río (Nariño.info, 2014)

Fuente: Elaboración propia con base en plan de desarrollo del Departamento de Nariño/Municipio de Cuaspud, (2022)

Figura 4

Plano de localización del Municipio de Cuaspud – Carlosama en el departamentode Nariño





Fuente: UNGRD, Unidad Nacional para la Gestión de Riesgos de Desastres.

3.2 Identificación de las clases de turismo

Para identificar las clases de turismo se contó con la participación de la comunidad y grupos de interés mediante la utilización del método Delphi (Zartha et al., 2019). Se realizaron tres sesiones, una de identificación conceptual y dos sesiones de visita de campo a atractivos turísticos.

3.3 Infraestructura

De igual manera en los encuentros con los diferentes actores y el apoyo del personal de la casa de la cultura del municipio se identifican los establecimientos que de alguna u otra manera están unidos en una u otra actividad a la prestación del servicio turístico en el Municipio de Cuaspud – Carlosama.

3.4 Potencial turístico

El potencial turístico relaciona todas las posibilidades que los recursos naturales, humanos y las condiciones socioeconómicas existen en las actividades turísticas y que puedan ser utilizadas por la sociedad (Rodríguez et al., 2016; Salinas et al., 2019). El potencial turístico se definió a través de consultas realizadas a los diversos actores locales y expertos en el tema, se determinó calificar el potencial turístico de la siguiente manera 3: Potencial Alto. Con infraestructura adecuada para su operación y fácil acceso. 2: Potencial Medio. Con mediana infraestructura y posible acceso. 1: Potencial Bajo. Con ninguna infraestructura y difícil acceso.

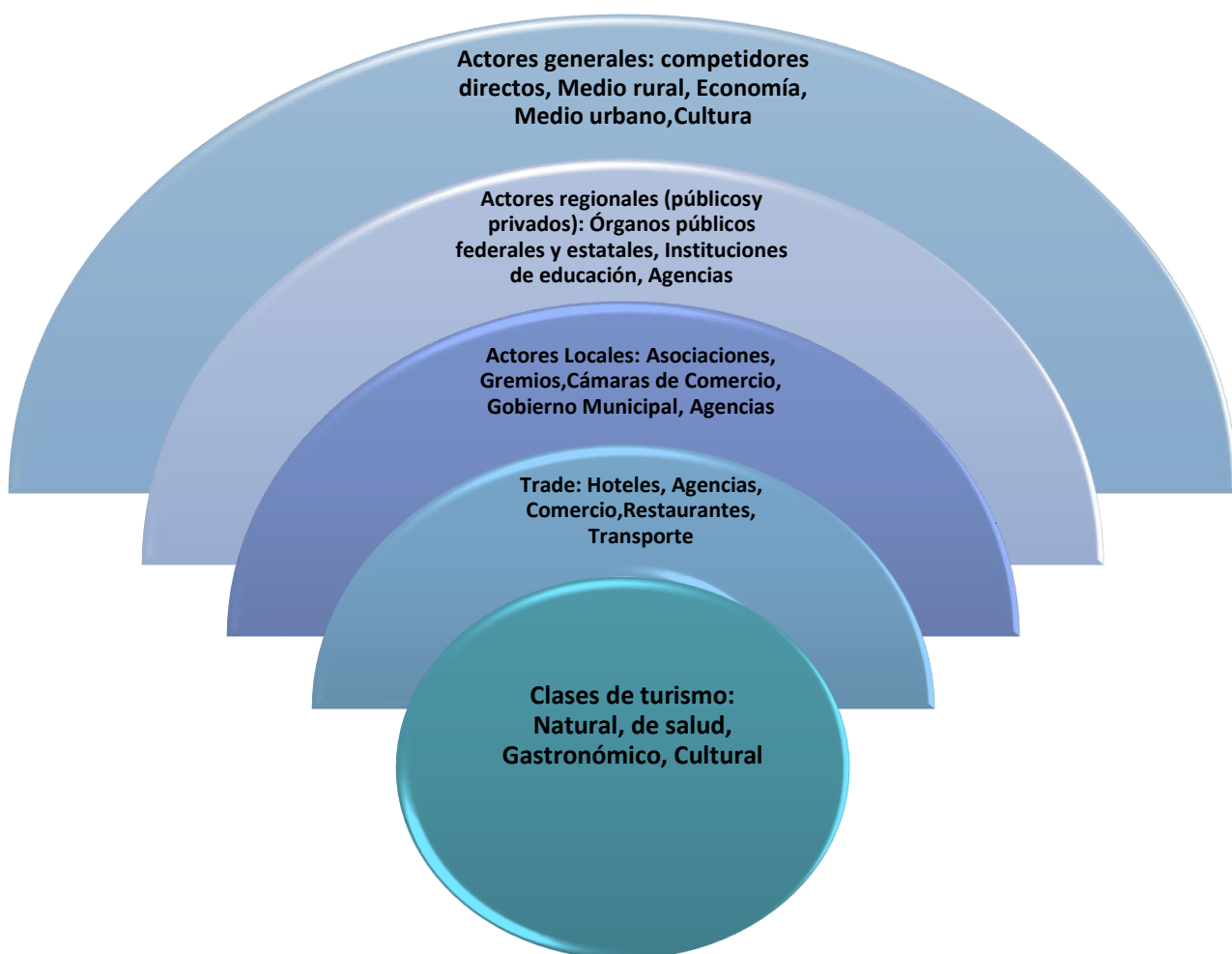
3.5 Identificación de actores

Para la identificación de actores se utilizó el formato realizado por Cunha & Aricó (2001); Esser et al., (1996); Meyer (2005) y Montaña et al., (2012), quienes conceptualizaron que dichos actores de acuerdo a su nivel de interés e influencia pueden ser: actores *Trade*, están relacionados con los actores de “primera línea” y se encargan del ofrecimiento del servicio además de realizar el primer contacto con el cliente creando productos turísticos esenciales en el Municipio de Cuaspud – Carlosama . Actores locales, que se encargan de promocionar la competitividad porque abren el espacio para que los actores *Trade* fijen objetivos comunes en el desarrollo del sector. Actores regionales (públicos y privados), son instituciones u organizaciones de nivel supralocal responsables de las políticas macro turísticas y que influyen en la competitividad. Actores sistema, representan las condiciones económicas del

mercado en donde se desenvuelve el cluster, la competitividad y la competencia de otras regiones o municipios.

En la **Figura 3** se puede observar el modelo sistémico del clúster turístico

Figura 3
Modelo sistémico de Clúster turístico Municipio de Cuaspud - Carlosama



Fuente: Elaboración propia basado en Cunha & Aricó, (2001); Esser et al., (1996); Meyer, (2005); Montañó et al., (2012)

3.6 Matriz IGO

Para determinar las estrategias que complementen los desafíos en cada uno de los actores se utilizó la Matriz IGO (Mojica, 2008). La matriz de importancia y gobernabilidad permite la priorización de iniciativas que pueden definir acciones estratégicas midiendo el grado de influencia de cada acción con el objetivo planteado (J. Rodríguez, 2013), las acciones a definir son propuestas por los actores y se puede utilizar una lluvia de ideas aceptando todas las sugerencias. Cada acción puede ser analizada según dos criterios Importancia donde se verifica la pertinencia de las acciones y gobernabilidad que constata el control que las organizaciones turísticas tiene sobre cada acción (Mojica, 2008).

Para proceder a calificar la importancia, el talento humano deben contar con una lista de acciones que se propone a través de una lluvia de ideas, además de un determinado número de puntos que van de 1 a 4 siendo 1 de menor importancia y 4 de mayor importancia y que deben ser distribuidos entre las acciones que se establecen, se le da un mayor valor a las acciones más importantes (Gándara et al., 2014), la gobernabilidad se califica por el grado de dominio o control que se tiene con las acciones, estas pueden ser F= Fuerte, M= Moderado, D= Débil o N= Nulo.

4. Resultados y Discusión

4.1. Clases de turismo

En la Tabla 2 se presenta la Diversidad de atractivos turísticos del municipio de Cuaspud – Carlosama.

Actualmente, se encuentran lugares extraordinariamente sorprendentes dentro del municipio, donde se descubre un paisaje muy atractivo; se puede visualizar descansando en lomas de panderna, la majestuosidad del imponente Volcán Nevado de Cumbal desde cuya cima descienden las tranquilas y cristalinas aguas del Río Blanco, la Cueva del Rey (una pequeña caverna de origen prehistórico que ha servido para referir la presencia de un Rey con un grande y singular tesoro) los de mayor afluencia turística son (en orden de importancia) la hermosa Colina de la Cruz Grande (lugar del primer asentamiento indígena. Conocido como camposanto porque en este lugar se enterraron todos los cuerpos después de la batalla, en principios existió una cruz de chonta, luego de madera, actualmente es una cruz en concreto como símbolo histórico para todos los Habitantes de Cuaspud - Carlosama. También la finca Cuaspud ubicado en el sector el Carchi donde se desarrolló la Batalla de Cuaspud). También encontramos las lagunas casi desaparecidas de Yapulquer, Carchi y Santa Rosa; y el sector del Niño del Cucho, un lugar que atrae a multitud de visitantes de la República del Ecuador y lugares aledaños. De igual manera, las características de la zona proporcionan la facilidad de deportes tales como el ciclismo, el futbol, camping y turismo ecológico.

Cabe resaltar que dentro del turismo en el Municipio de Cuaspud- Carlosama encontramos carreteras tales como:

Carlosama – Carchi – Tulcán, con una extensión de 11 kilómetros Comunica a Carlosama con la vereda de El Carchi y siguiendo al noroccidente con el municipio de Cumbal, y en dirección sur occidente existe un puente que comunica al municipio con la ciudad de Tulcán en la República del Ecuador. En el recorrido se pasa por las secciones de San Bernardo, Santa Rosa, Peña Blanca, Veracruz y Yapurquer.

Carretera Carlosama – Cumbal, con una extensión de 9,5 kilómetros; Carretera Carlosama – Macas, con una extensión de 6 kilómetros afirmados y Comunica la cabecera municipal con la vereda de Macas, además une las secciones de Macas Chungana, El Lirio, Fátima, Centro, Nastúl, y las anteriormente conocidas como Moer, Chilangua y Criollos.

Carretera Carlosama- San Francisco Socorro – Tulcán, con una extensión de 11 kilómetros en parte afirmados y en parte destapados con una excelente percepción ecológica. Carretera Puente Sobre El Río Blanco – Carlosama: Comunica la cabecera municipal con la carretera departamental que une a las ciudades de Pasto, Ipiales, Aldana, Guachucal y Túquerres. En el recorrido pasa por los sectores de San Francisco Montenegro, Arellanos y Socorro. Longitud: Puente sobre el Río Blanco – Carlosama: 6 Km. (asfaltados) Puente sobre el Río Blanco – Ipiales: 6.30 Km, (3.0 Km sin asfaltar).

Uno de los platos dentro de la gastronomía Nariñense más apetecidos dentro del Municipio de Cuaspud – Carlosama es el Cuy asado al Carbón.

Cabe resaltar las Fiestas existentes que se desarrollan dentro del municipio

tales como:

Carnavales de Blancos y Negros Se desarrollan del 2 al 6 de enero, existe una diferencia evidente con los carnavales de blancos y negros de San Juan de Pasto, aunque el nombre es idéntico y el concepto de carnaval es universal, las actividades que se desarrollan son diferentes para cada día:

2 de enero, inicio con el “carnaval de mi Tierra” en el que participan los diferentes sectores, con el fin de rescatar las tradiciones artísticas culturales del municipio en danzas y grupos musicales.

3 de enero, “carnaval multicolor de la frontera”, con la presencia de la administración municipal y grupos de artesanos, este desfile cuenta con bandas, comparsas y danzas que representan al municipio y a las delegaciones acompañantes.

4 de enero, corresponde la presentación del “carnaval a la comunidad Indígena”, dando a conocer la importancia que tiene para el municipio las comunidades indígenas, se observa la creatividad en sus comparsas, danzas, pasos en grupo o individuales desfilando por las principales calles del pueblo.

5 de enero, desarrollo de “el carnavalito”, con la participación especial de la niñez Habitantes de Cuaspud - Carlosama exhibiendo su arte creativo en pasos individuales o en grupo.

6 de enero, Finaliza el carnaval con el desfile majestuoso de las carrozas que los artesanos Habitantes de Cuaspud - Carlosama realizan, en donde con

temas libres se pueden observar las mejores manifestaciones de la cultura del municipio de Cuaspud.

Mediante la ordenanza 11 del 04 de abril de 1911 se conmemora la Municipalidad de Cuaspud. Desde entonces se conmemora esta fecha para recordar la importancia de ser Habitantes de Cuaspud - Carlosama, nariñense y colombiano, se realiza un desfile por las principales calles del municipio con la participación de toda la comunidad representando en vivo los procesos de cambio social y económico las tradiciones fiestas religiosas y culturales.

Dentro del Resguardo de Carlosama se celebra la fiesta del INTI RAYMI, en la que se da a conocer la cultura y costumbres reflejadas en los rituales. Cada año se celebra la fiesta del Sol, una costumbre milenaria, que la celebran los pueblos indígenas de Bolivia, Perú, Ecuador y Colombia, de hecho, el RESGUARDO DE CARLOSAMA se vincula como pueblo indígena y milenario a la fiesta del INTI RAYMI. En ese sentir ancestral se hace una muestra de los alimentos que brinda la SHAGRA, los tejidos de guarmes mamas, quienes tejen el pensamiento y conocimiento, los danzantes en este día representan el fuego, el agua, el aire, la tierra, y todos los sitios sagrados que está configurando en las puntas del sol de los pastos y también figuras propias, además, dentro del Municipio de Cuaspud -Carlosama se realiza el FESTIVAL DE MUSICA LATINOAMERICANA Y POPULAR JOSELITO MORA. Este evento artístico cultural conmemorativo se lo realiza con la participación de diferentes grupos de música latinoamericana, y las fiestas patronales de celebración de las

festividades de los santos patronos contamos con un llamativo programa cultural, se realiza encuentro de danzas con la participación de excelentes grupos de la región, además la participación de todo el talento artístico musical de los grupos representativos del municipio, por otra parte no podía faltar los deliciosos platos típicos, la excelente gastronomía de nuestro municipio.

Tabla 2

Clases de turismo identificados en el Municipio de Cuaspud – Carlosama

Clases	No. de atractivos	Nombre
<i>Aventura</i>	7	Lomas de Panderna, Vista del Volcán Nevado de Cumbal Río Blanco- Rio Carchi Cueva del Rey Lagunas de Yapurquer, Carchi y Santa Rosa, Colinas de la Cruz Grande Niño Del Cucho (Ascenso)
<i>Rural</i>	5	Puente Sobre El Rio Blanco – Carlosama
<i>Cultural</i>	7	Carnavales de Blancos y Negros Conmemoración de la Municipalidad de Cuaspud. Fiesta del INTI RAYMI Festival de música latinoamericana y popular Joselito Mora. Fiestas patronales Territorio Batalla de Cuaspud
<i>Con propósito</i>	1	Sector del Niño del Cucho, un lugar que atrae a multitud de visitantes de la República del Ecuador y lugares aledaños
<i>Ecoturismo</i>	3	Ciclismo, Camping y turismo ecológico
<i>Gastronómico</i>	1	Cuy asado al Carbón

Fuente: Elaboración propia (2022)

La Tabla 3 muestra: la actividad gastronómica con el ofrecimiento de platos típicos de la región Sur del Departamento incluyendo a Cuaspud Carlosama, podemos

encontrar comidas típicas como: Cuy asado al Carbón - Plato de nuestra región en sus diferentes presentaciones acompañado con papa, tortilla de papa, mote, crispetas y ají. / Tortillas de papa con carne- compuesto por papa pastusa con queso en forma de arepa acompañado de carne frita y ají de maní. / Fritada- de cerdo en sus diferentes presentaciones: acompañado de papa, crispetas, maíz tostado, choclo. / Hornado (cerdo al horno) - tortilla de papa, lechuga, ají. / Mote – cocinado / Sancocho de gallina criolla - Un exquisito plato de nuestra región compuesto de yuca, plátano choclo, ulluco, habas, granos, y papa. / Choclo asado y Choclo con queso- maíz. / Habas cocinadas- con sal y ají / Empanadas de azúcar y empanadas de Añejo - Preparadas con harina de trigo y guisos variados, acompañados de ají de maní o de tomate de árbol / Envueltos de maíz- masa de maíz molido, se agrega miel para amasar, se divide en porciones para envolverlas en la misma hoja de choclo, se Añade queso y se coloca a cocinar a vapor. / Chicha de maíz - Se hierve el agua y se agrega la harina de maíz, se coloca a cocinar agregando canela, manzanilla, luego de reposar se la coloca a madurar por tres días, agregando maracuyá, cedrón, piña y panela / Champús de maíz - el exquisito champús está preparado con harina de maíz, fermentado por tres días, agregando miel, hojas de arrayan para el sabor y mote al gusto.

Dentro de la infraestructura turística del Municipio de Cuaspud – Carlosama encontramos diversidad de establecimientos comerciales como restaurantes, venta de abarrotes al mayor y menor, así como también Hoteles que cuentan con tv cable, wifi, restaurante y aparta hotel, Además el municipio cuenta con la empresa de

transporte COOTRANSCARLOSAMA, con moto taxi y otros vehículos para transporte a los municipios cercanos.

Tabla 3
Infraestructura turística en el Municipio de Cuaspud – Carlosama

	No. de establecimientos	Servicio
<i>Gastronomía</i>	6	Comida típica tradicional (Colombia y Ecuador) Cuy asado al Carbón, Tortillas de papa con carne, Frito pastuso, Hornado (cerdo al horno), Sancocho de gallina criolla, Empanadas de azúcar y añejo, Envueltos de maíz, Chicha de maíz y Champús de maíz
<i>Hoteles</i>	1	7 habitaciones, TV. Cable, Restaurante.
<i>Transporte</i>	1	Servicio sector rural moto taxi y vehicular Cuaspud - Ipiales Cootrans Carlosama
<i>Establecimientos de comercio</i>	15	Establecimientos de comercio al por mayor y menor – potenciales para la actividad turística

Fuente: Elaboración propia (2021)

4.1. Infraestructura

Se identificaron los establecimientos ligados a la actividad turística en el municipio de Cuaspud – Carlosama (Tabla 3) los cuales son: (1) Gastronomía. Existen actualmente 6 restaurantes que ofrecen platos típicos de la región. (2) Hoteles. En el Municipio se ofertan 10 habitaciones en 25 hoteles que incorporan varios servicios propicios para el visitante. (3) Transporte. En el municipio opera una empresa de transporte moto taxi y vehicular, se diferencian por su cobertura

COOTRANSCARLOSAMA que cubre la ruta intermunicipal con Ipiales y Pasto y zona rural que cubre las rutas Inter veredales. (4) Establecimientos de comercio. Existen 32 establecimientos de comercio al por mayor y menor.

4.2. Identificación de Actores Institucionales públicos y privados Nacionales, Departamentales y Municipales

Los actores turísticos forman parte integral de la Cadena de Valor, sus intereses concretan la actividad turística e intervienen directamente en la funcionalidad de la prestación del servicio (Moscoso, 2013).

En la **Tabla 4** se presentan los diferentes actores identificados en la región.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE CUASPUD Gestora del Desarrollo Turístico
COMUNIDAD HABITANTES DE CUASPUD - CARLOSAMA Apoya el emprendimiento del municipio
GOBERNACIÓN DEPARTAMENTAL Apoya el emprendimiento del municipio
OTROS MUNICIPIOS Por negociar la complementariedad turística
VICEMINISTERIO DE TURISMO Apoya el emprendimiento del municipio
OTRAS ENTIDADES DEL ESTADO Por involucrarse.

Muchos de los establecimientos de comercio de Cuaspud – Carlosama forman parte de la Cámara de Comercio de Ipiales, la cual se encarga de la formalización empresarial, de promover el desarrollo sostenible de la región, propiciando espacios de formación y emprendimiento a través de la gestión y

alianzas estratégicas que propendan por la competitividad regional (Cámara de comercio de Ipiales, 2021). Además, el Fondo Nacional de turismo (entidad del Gobierno Nacional aliada de las regiones del país para la consolidación de destinos turísticos únicos de talla mundial) actúa como una institución de apoyo, (Fontur Colombia, 2021). El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) como entidad pública, ofrece formación gratuita y beneficia con una oferta educativa en programas técnicos, tecnológicos y complementarios enfocados en el desarrollo económico, científico y social (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2021). La dirección de turismo del Departamento de Nariño, encargada de orientar a los Municipios del Departamento en aspectos turísticos y asesorías en proyectos de desarrollo del sector (Dirección Nacional de Turismo Gobernación de Nariño, 2021). El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encargado de acompañar y asesorar la competitividad y sostenibilidad de productos y destinos, promocionando el turismo nacional e internacional (Ministerio de Comercio, 2018).

Tabla 4
Instituciones públicas y privadas

<i>Públicas</i>	Administración Municipal, Cabildo Indígena del Resguardo Cuaspud, Estación de Policía, Centro Hospital ESE, instituciones educativas, Casa de la cultura, Biblioteca pública, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Agencia de Desarrollo local (ADEL)
<i>Privadas</i>	Empresas de correos, compañía de TV por cable, Cámara de Comercio de Ipiales.

Fuente: Elaboración propia (2022)

4.3. Potencial turístico

En la Tabla 5 se muestran las calificaciones definidas a través de las consultas.

Se obtuvieron resultados aspectos relacionados con las diversas clases de turismo identificado en el Municipio de Cuaspud – Carlosama tienen un alto potencial turístico que son de gran interés cultural, fácil acceso, infraestructura y muy cerca al centro poblado.

Dos aspectos tienen un potencial turístico medio ya sea por posible acceso y mediana infraestructura, además, se encuentran a una distancia considerable del centro poblado y un aspecto que por ahora tiene un bajo potencial con ninguna infraestructura y difícil acceso. Lo anterior indica que es una región con alto potencial turístico que puede desarrollarse con ayuda de todos los actores *Trade*, locales, regionales y generales.

Tabla 5
Potencial turístico de las clases de turismo identificados

Clases de turismo	Potencial		
	3	2	1
Aventura			
Lomas de Panderna		X	
Vista del Volcán Nevado de Cumbal	X		
Río Blanco			X
Cueva del Rey	X		
Lagunas de Yapurquer, Carchi y Santa Rosa	X		
Colinas de la Cruz Grande			X
Niño Del Cucho	X		
Bajo costo			
Niño del Cucho	X		
Rural			
Puente Sobre El Rio Blanco – Carlosama			X
Cultural			
Carnavales de Blancos y Negros	X		
Commemoration de la Municipalidad de Cuaspud.	X		
Fiesta del INTI RAYMI	X		
Festival de música latinoamericana y popular Joselito Mora	X		
Fiestas patronales	X		
Territorio Batalla de Cuaspud	X		
Con propósito			
Sector del Niño del Cucho	X		
Ecoturismo			
Ciclismo	X		
Camping		X	
Turismo ecológico		X	
Gastronómico			
Comida típica tradicional			X

3: Potencial Alto – 2: Potencial Medio – 1: Potencial Bajo

Fuente: Elaboración propia con base en Montaña et al., (2012)

4.4. Análisis del Modelo sistémico turístico del Municipio de Cuaspud – Carlosama Actores Trade

Existen diversidad de lugares muy cerca del centro poblado y de fácil acceso en los que se destacan: ríos, lagunas, zonas especiales para turismo ecológico, senderismo, que son muy interesantes para la formación de un cluster. Se pueden relacionar en este nivel los hoteles, restaurantes, comercio y transporte. En cuanto a esta parte del modelo sistémico y de acuerdo con el estudio de campo, los desafíos encontrados que deben consolidarse en la creación del cluster son los siguientes:

- Capital intelectual poco idóneo en la prestación del servicio
- Bajo emprendimiento en la parte turística
- Pequeño nivel de inversión en el turismo
- Debilidad en la formación institucional
- Utilización inadecuada de los sitios turísticos
- Deficiente publicidad y marketing

Actores Locales

La administración Municipal, Cámara de comercio de Ipiales, operadores de servicio de internet, Dirección de Turismo del Departamento de Nariño, empresa promotora de turismo local se identificaron como actores locales. En la exploración del estudio de campo se evidencia nulos emprendimientos turísticos, debilidad en la formación empresarial, entre otros, pero, cuentan con una

infraestructura turística natural adecuada para ofrecer servicio alineado con la preservación del medio ambiente. Los actores consultados identificaron los siguientes desafíos:

- Insuficiente capacidad asociativa en la comunidad
- Deficiente formación en planeación estratégica
- Falta de conciencia de la población en la oportunidad de explotar el atractivoturístico para mejorar su calidad de vida de manera sostenible.
- Deficiente calificación de los actores *Trade* en temas que generen calidad en la prestación del servicio turístico como: Infraestructura, calidad ambiental y cultura local.

Actores regionales (públicos y privados)

Los actores regionales identificados fueron los siguientes: la Gobernación de Nariño, Instituciones educativas, Institutos técnicos, responsables de políticas turísticas (Ministerios de Comercio Industria y Turismo), medio ambiente (Ministerio de Medio Ambiente, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Agencias de Desarrollo Local (ADEL), Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) y agencias turísticas.

Los actores consultados identificaron los siguientes desafíos:

- Falta de estrategias para participar en el desarrollo turístico local con las fortalezas de cada institución.
- Inadecuada política pública turística en la región.

- Poca credibilidad de las instituciones para el fomento turístico.

Actores generales

Dentro del sistema general se pueden distinguir los atractivos turísticos de otros municipios como Ipiales, Puerres y Contadero en la economía local, regional y la infraestructura del centro poblado de Cuaspud – Carlosama para atención y demanda turística. los desafíos encontrados son los siguientes:

- Necesidad de una unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en torno al turismo.
- Bajo Marketing Digital para la promoción turística
- Falta de indicadores e índices de demanda y oferta en el sector
- Necesidad de estructurar un plan de desarrollo turístico regional con diagnósticos claros.

4.6 Matriz IGO

En la Tabla 6 se muestra el desafío de los actores para la implementación del clúster turístico en el municipio de Cuaspud – Carlosama del Departamento de Nariño, la distribución en consenso con los expertos y las estrategias. Según la importancia de las acciones la escala de puntuación fue: 4 (muy importante), 3 (importante), 2 (poco importante), 1 (sin importancia). Respecto a la gobernabilidad de la acción se propuso la calificación de Fuerte, Moderada, Débil y Nulo (Gándara et al., 2014; Chalapud, 2022)

Tabla 6
Matriz IGO

Desafíos de los actores para la implementación del cluster turístico en el Municipio de Cuaspud - Carlosama -Nariño

Existe en la región capital intelectual poco calificado en la prestación del servicio, además de pocos emprendimientos en la parte turística como síntoma de bajo nivel de inversión en el turismo, todo ello redundando en la debilidad en la formación empresarial. La escasa capacidad asociativa en la comunidad y la deficiente formación en planeación estratégica es provocada por la falta de conciencia de la población en la oportunidad de explotar el atractivo turístico para mejorar su calidad de vida de manera sostenible. La deficiente calificación de los actores *Trade* en temas que generen calidad en la prestación del servicio turístico como: Infraestructura, calidad ambiental y cultura local no permite la generación de estrategias para participar en el desarrollo turístico local con las fortalezas de cada institución. Una inadecuada política pública turística en la región parte de la poca credibilidad de las instituciones para el fomento turístico. Se requiere diferentes elementos para el desarrollo turístico de la región como: una unidad de Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en torno al turismo, que mida los indicadores e índices de demanda y oferta en el sector, Marketing digital para la promoción turística y un plan de desarrollo turístico regional con diagnósticos claros.

No.	Acciones/Estrategias	Importancia	Gobernabilidad			
			F	M	D	N
1	Rediseñar la estrategia de capacitación en programas técnicos y tecnológicos al capital intelectual que presta el servicio turístico en el Municipio.	4	X			
2	Realizar e institucionalizar la feria de negocios turístico regional que permita diversas inversiones y creación de emprendimientos.	3				X
3	Incentivar la capacitación a los actores turísticos en temas como asociatividad, procesos y modelos gerenciales, planeación y diseño de experiencias turísticas.	4		X		
4	Aprovechar la oferta de programas de apoyo para el desarrollo turístico que tienen las instituciones o actores regionales.	2	X			
5	Realizar alianzas estratégicas de mejoramiento en infraestructura, calidad ambiental y cultura turística con FONTUR y el Ministerio de comercio, industria y turismo.	4		X		
6	Diseñar una estrategia de participación por parte de los actores turísticos del municipio en	3	X			

7	la elaboración de la política pública turística. Diseñar e implementar un proyecto de adaptabilidad tecnológica para mejorar la logística de ofrecimiento del servicio turístico en el municipio de Cuaspud - Carlosama.	2		X
8	Crear en coordinación de los actores turísticos y la administración municipal la unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el municipio.	4	X	
9	Organizar el servicio de marketing digital para la publicidad en redes sociales de los atractivos turísticos en el municipio de Cuaspud - Carlosama.	4	X	

F: fuerte; M: moderada; D: débil; N: nulo.

Fuente: Elaboración propia (2021)

De acuerdo con los actores, se evidencia en la Tabla 7 las estrategias para enfrentarlos desafíos en acciones inmediatas, acciones reto y acciones menos urgentes como contribución integral para la creación y fortalecimiento del clúster turístico regional.

Tabla 7

Calificación de las estrategias para enfrentar los desafíos

No.	Estrategias Inmediatas: Acciones muy importantes y gobernadas
1	Rediseñar la estrategia de capacitación en programas técnicos y tecnológicos al capital intelectual que presta el servicio turístico en el Municipio.
2	Crear en coordinación de los actores turísticos y la administración municipal la unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el municipio.
3	Organizar el servicio de marketing digital para la publicidad en redessociales de los atractivos turísticos en el municipio de Cuaspud – Carlosama.
4	Incentivar la capacitación a los actores turísticos en temas como asociatividad, procesos y modelos gerenciales, planeación y diseño de experiencias turísticas.

- 5 Realizar alianzas estratégicas de mejoramiento en infraestructura, calidad ambiental y cultura turística con FONTUR y el Ministerio de comercio, industria y turismo.

Estrategias Reto: Acciones muy importantes y poco gobernables

- 1 Realizar e institucionalizar la feria de negocios turístico regional que permita diversas inversiones y creación de emprendimientos.
- 2 Diseñar una estrategia de participación por parte de los actores turísticos del municipio en la elaboración de la política pública turística.
- 3 Aprovechar la oferta de programas de apoyo para el desarrollo turístico que tienen las instituciones o actores regionales.

Estrategia Menos Urgente

- 1 Diseñar e realizar un proyecto de adaptabilidad tecnológica para mejorar la logística de ofrecimiento del servicio turístico en el municipio de Cuaspud – Carlosama.
-

Fuente: Elaboración propia (2022)

5. CONCLUSIONES

La potencialidad competitiva de las empresas turísticas debe ser aprovechada en torno al fortalecimiento de los destinos turísticos. Al respecto, se han originado diversos estudios que involucran la conformación de cluster turísticos enfocados en el desarrollo sectorial como análisis dinámicos espaciales (Almeida et al., 2021). Desarrollo de políticas para clúster (Aboal et al., 2020) o estrategias de conocimiento para la gestión de clúster (Martínez et al., 2021) para el desarrollo regional con participación de diversas organizaciones y empresas. El Municipio de Cuaspud – Carlosama – Nariño posee un potencial turístico diverso como turismo de aventura, turismo de bajo costo, turismo rural, turismo cultural, turismo con propósito, ecoturismo y gastronómico. Cuenta con una infraestructura hotelera, gastronómica, de comercio, transporte,

instituciones públicas y privadas que forman parte de los actores turísticos y forman parte esencial de la cadena de valor. Además, para la creación del cluster turístico regional se identifican actores *Trade*, locales, regionales y generales con algunos desafíos que involucran la elaboración de estrategias inmediatas, reto y menos urgente para la superación de los desafíos teniendo en cuenta las acciones de los actores para su desarrollo.

Es necesario la integración y la asociatividad para superar algunas limitantes que se generan en el municipio de Cuaspud – Carlosama, ello genera alternativas articuladas para concientizar a los diferentes actores de los beneficios y oportunidades productivas que el cluster ofrece para el turismo de la región.

Se debe tener en cuenta que en la implementación de las estrategias inmediatas, reto y menos urgente el gobierno nacional juega un importante papel para generar el cubrimiento de las expectativas que los actores turísticos poseen sobre todo en beneficios económicos, sociales, ambientales, culturales y apoyo en la construcción de clúster turístico que facilite el desarrollo regional.

**6. HERRAMIENTAS PARA EL CUMPLIMIENTO DE ESTRATEGIAS Y
GENERADAS EN EL PROYECTO GLOBAL CLUSTER TURISTICO
REGIONAL PARA EL MUNICIPIO DE CUASPUD - CARLOSAMA**

POLÍTICA



Regulada por la ley 300 de 1996.
Los establecimientos tienen deberes tributarios.
Incentivos tributarios
Financiación de Bancoldex para iniciativas turísticas.
Poseen los controles necesarios para sanear las finanzas de la entidad

SOCIAL

- Aumento de imagen positiva del país y la región.
Incremento en el valor y preservación de los recursos de fauna y flora en beneficio de las comunidades locales.
Financiamiento del Fondo Nacional de Garantías a pequeñas empresas del país.
Existencia de la Marca Región



PEST turismo

ECONOMÍA



-Economía Postpandemia incierta.
Principales fuentes de crecimiento económico.
El sector turístico es el tercero en cuanto a captadora de divisas.
Principales generadores de empleo.
Generan bienes y servicios que mueven la economía del país.

TECNOLOGÍA

Buscadores a nivel mundial, donde el atractivo turístico puede estar a disposición. booking, trivago, tripadvisor, despegar, kayak, entre otros.
La utilización de los pagos en línea se garantiza y hasta prepagar las reservas de servicios.
Programas de gestión tecnológica verde .



Contexto y Coyuntura turística Municipio de Cuaspud - Carlosama

Cámara de Comercio de Ipiales - Consultor: Eduardo David Chalapud Narvéez

Las 5 Fuerzas de Porter - Turismo Municipio de Cuaspud - Carlosama

Nuevos Entrantes

Diferenciación de marca.
Ventajas tecnológicas.
Acceso a canales de distribución.
Necesidades de Capital.

Proveedores

Costos de cambio a los cuales debe hacer frente el comprador.
Facilidad para sustituir producto
Evolución de precios productos sustitutos.
Calidad de productos sustitutos



Rivalidad Competitiva

Diagnóstico Turístico
Municipio de Cuaspud -
Carlosama

Compradores

Grado de estandarización.
Costo de cambio.
Disponibilidad de información para el cliente.
Amenaza de integración hacia atrás

Sustitutos

Precio relativo de los sustitutos
Precio/calidad/experiencia
Disponibilidad de sustitutos cercanos
Preferencia del cliente hacia el sustituto por precio y servicio

Cámara de Comercio de Ipiales - Consultor:
Eduardo David Chalapud Narváez

Segmento de cliente Municipio de Cuaspud - Carlosama

Turistas dedicados al turismo, Familias y personas dedicadas a la aventura, senderismo y ecología

CADENA DE VALOR – DIAGNOSTICO TURISTICO MUNICIPIO DE CUASPUD CARLOSAMA

Actividades primarias

Logística Interna

- Rutas y circuitos.
- Materiales de Marketing.
- Paquetes turísticos
- Interpretación de Recursos

Promoción

- Publicidad al consumidor.
- Ferias turísticas
- Relación con medios de comunicación

Logística

- Servicios de acogida.
- Formalidades de entrada/salida
- Seguridad.
- Manejo de equipaje

Servicios del destino

- Centros de visitantes
- Alojamiento
- Gastronomía
- Tours – Vehículos PIT'S

Servicios Postventa

- Gestión de la información.
- Bases de datos.
- Seguimiento del cliente.
- Retroalimentación de la industria

Actividades secundarias

Planificación del destino

Transporte público –
infraestructura, usos del suelo,
relación público privada,
Coordinación institucional

Desarrollo de Recursos

Mejora ambiental,
aprovechamiento de
nuevos mercados, sistemas
de calidad.

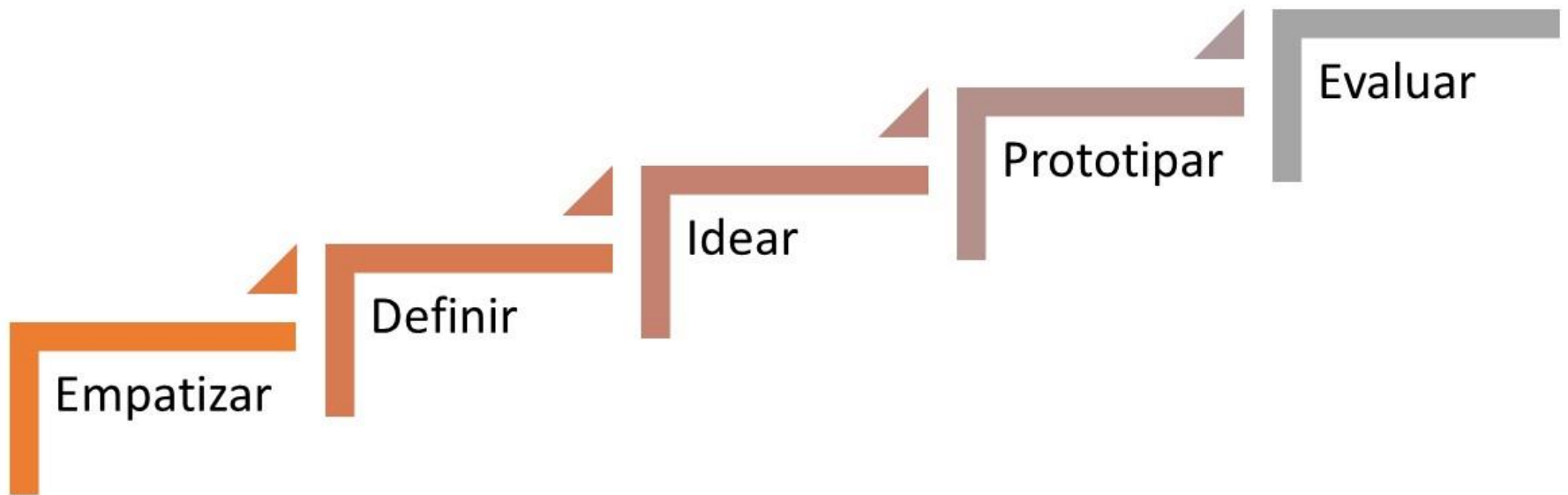
Recursos humanos

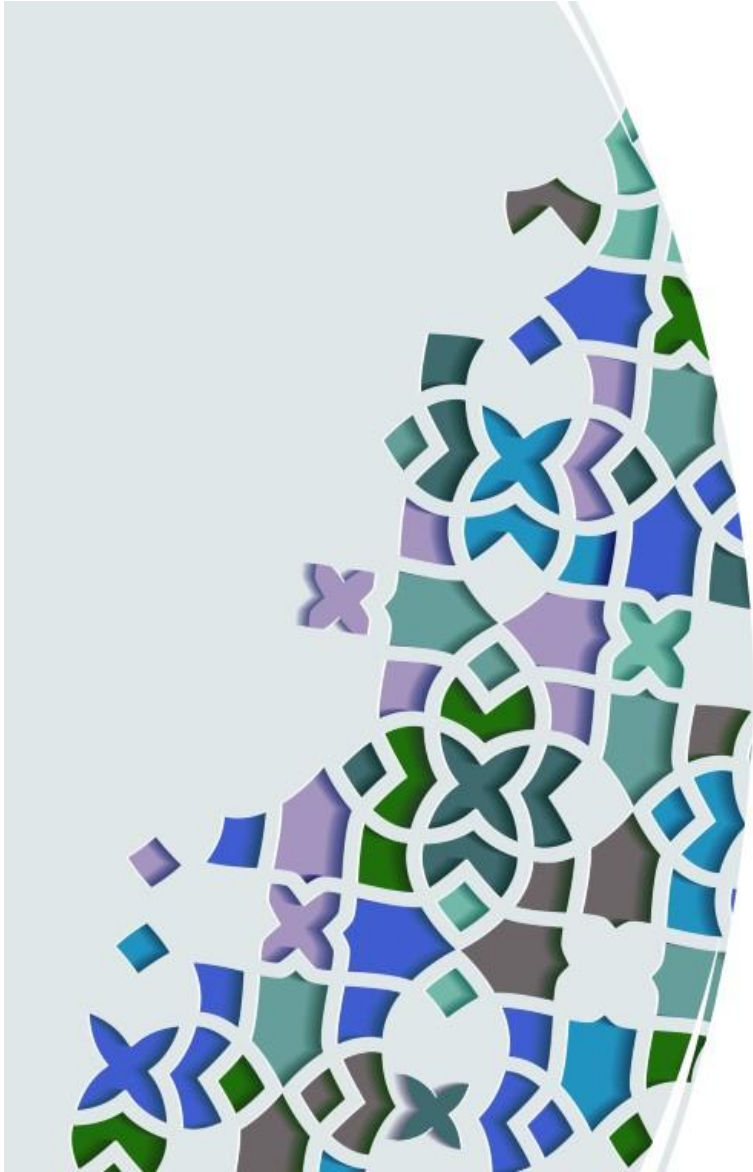
Sensibilizar a la población,
actitud amistosa hacia el
turista, mejora las
habilidades y conocimiento
de los trabajadores

Tecnología y Sistemas de Información

Redes telefónicas y de conexión
a internet, investigación de
mercados, sistemas de reservas
informatizados

MODELO DESIGN THINKING – MUNICIPIO DE CUASPUD - CARLOSAMA





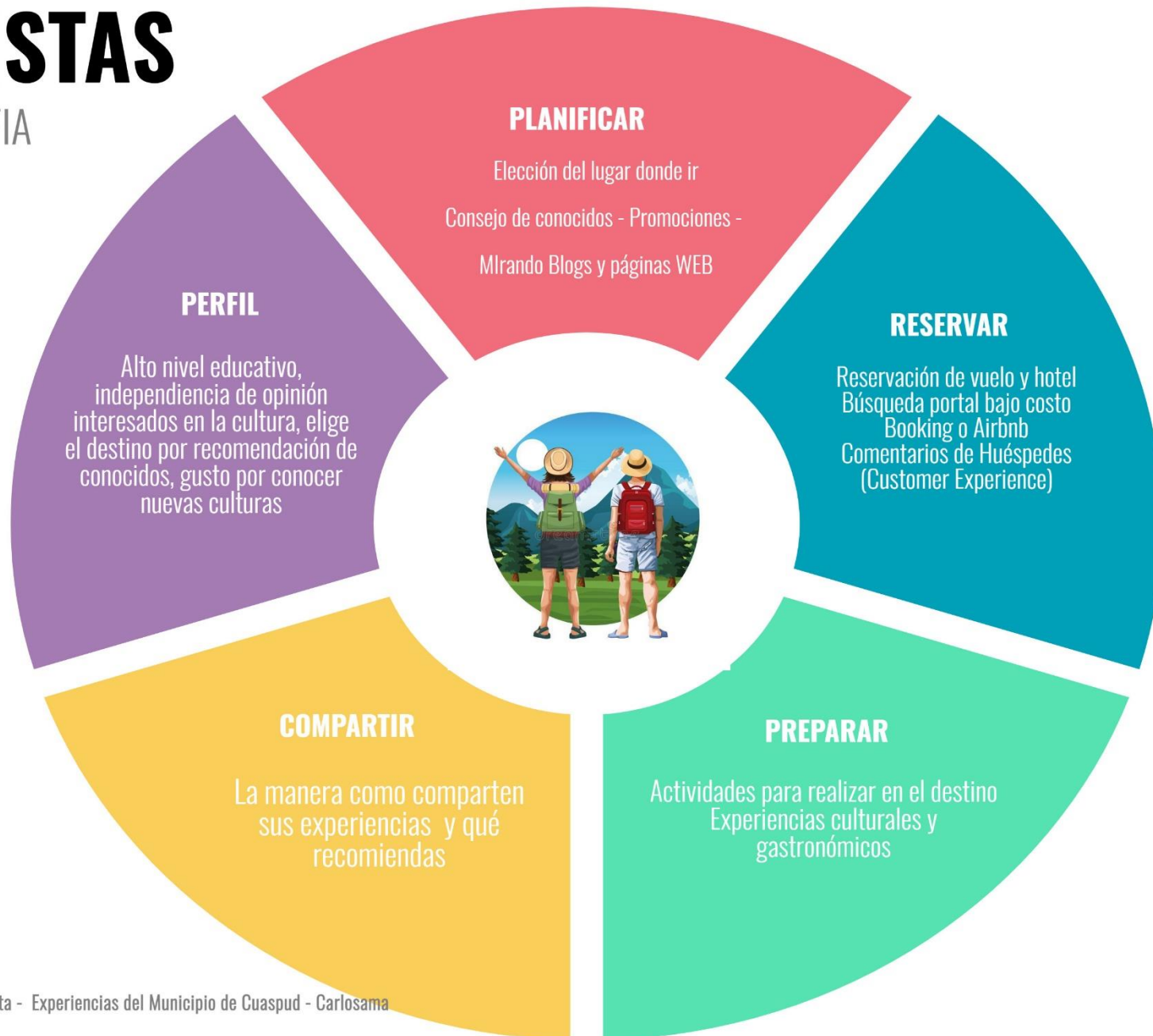
EMPATIZAR:

Para lograr una primera aproximación a las necesidades del turista es necesario generar unos antecedentes o análisis de usuarios involucrados en el sector turismo. Desde el dueño del restaurante, el vecino, alcaldía, comercio y turistas de aventura. Se desarrolla un cuestionario On – Line que intenta abarcar aspectos generales sobre hábitos del turista. Se elabora un perfil de usuario y se categorizan sus preferencias de acuerdo con la secuencia de actividades que componente el viaje: planificar, reservar, preparar y compartir.



TURISTAS

INFOGRAFIA

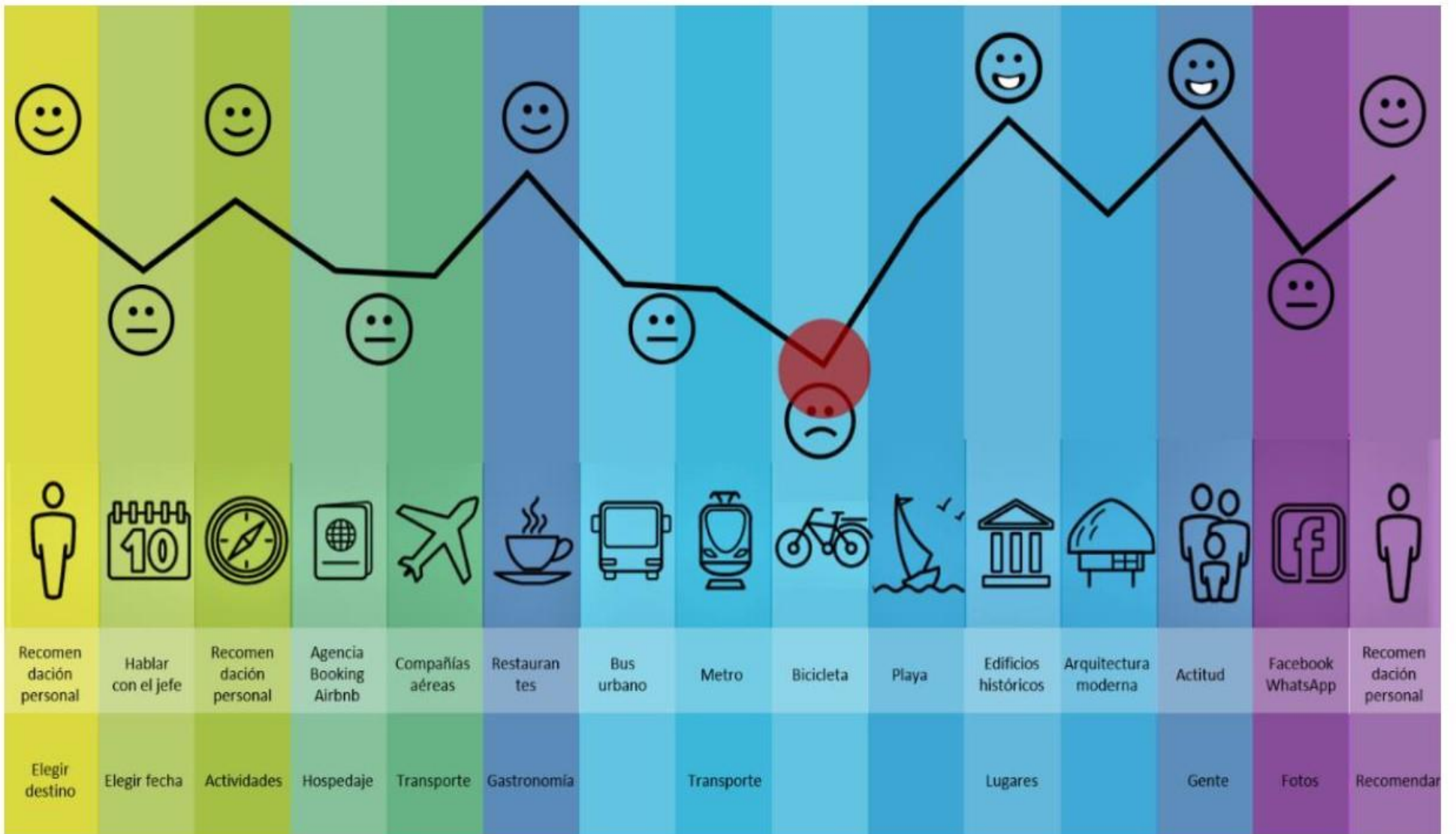




EMPATIZAR:

Se planea un acercamiento mayor con los usuarios y se tiene en cuenta sus gustos y preferencias, es necesario lograr una entrevista en un lugar popular de la ciudad que cuente con una variada carta de productos y artesanías internacionales. Las preguntas tienen por objetivo indagar sobre el proceso de planificación y reservas, su experiencia antes de la llegada y también durante el viaje. Con los resultados se elabora un Context Journey Map, el cual detalla puntos que más gustan y los que deben reformularse para causar la mejor impresión al turista.



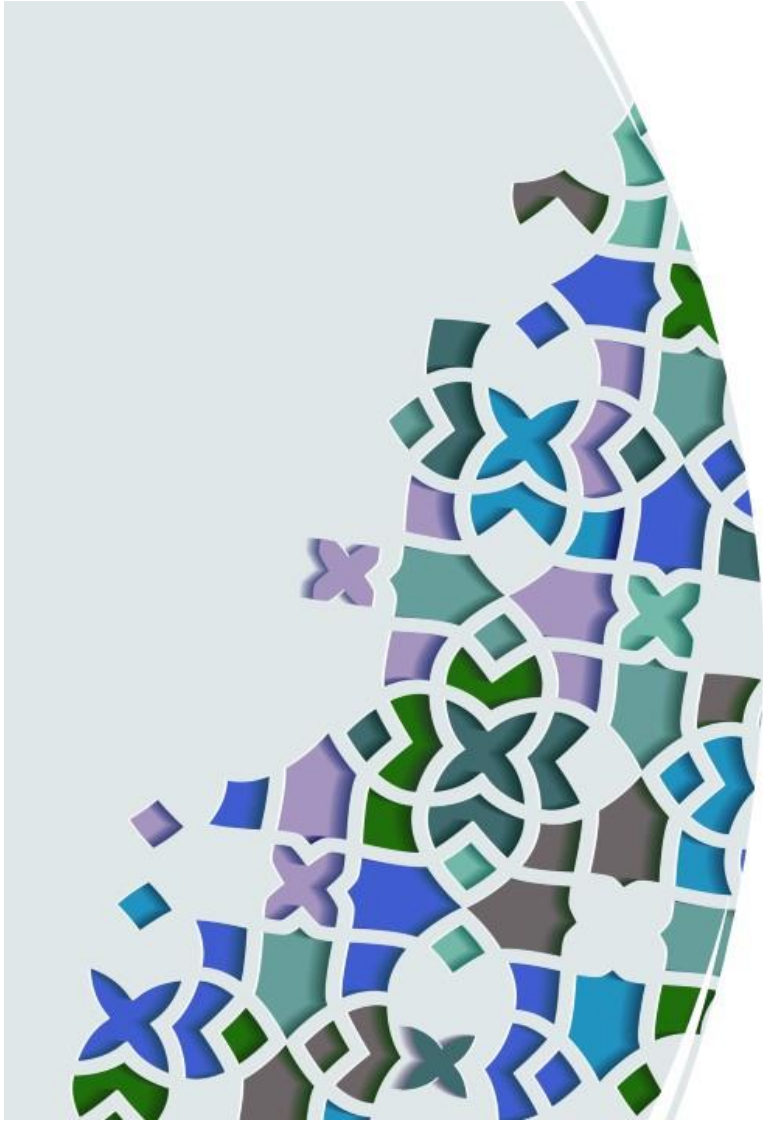




DEFINIR

Al identificar el problema de generar una nueva experiencia se opta por el Glamping con diversos servicios, es necesario dividir la investigación para ser abordada desde el usuario y cliente. Esta investigación de campo de tipo exploratoria y cualitativa, permite la delimitación del problema y alcance del proyecto. La información de la entrevista a portó en lo referente a una problemática particular en el hospedaje en cierta manera al aire libre. La adecuada prestación del servicio en la generación de la experiencia Glamping y su estrategia de valor. Por otro lado, se genera un estudio de las diferentes clases de infraestructura del modelo , ello permite entender como se relacionan con los turistas y cuáles son sus necesidades.





DEFINIR

Además se pueden detectar algunas falencia para prestar un buen servicio Glamping y el ejercicio de valor al cliente como, baja cobertura de servicios públicos, baja intensidad de internet, acceso parcial a vías terciarias y secundarias, baja infraestructura turística, falta de apoyo institucional público y privado.



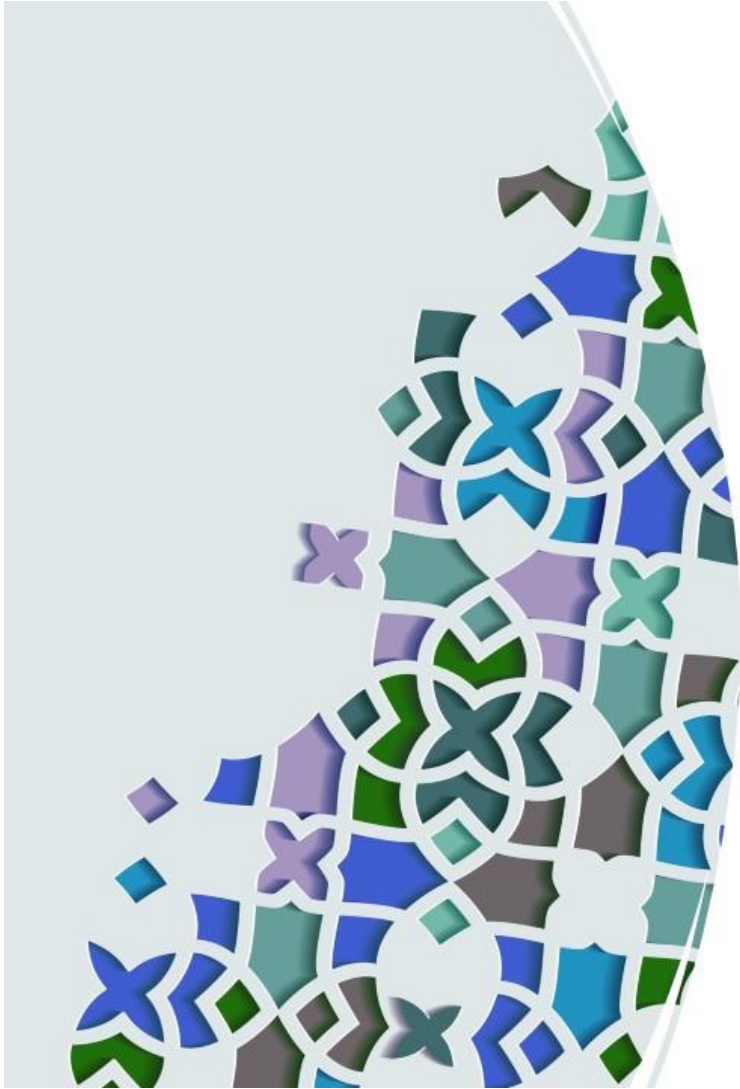
Ficha de personaje - turista



Técnica: Personas
Se usa en Empatía e Ideación
¡Avanza por más info!



<p>Nombre Andrea López Almunia</p> 	<p>Bio Andrea trabaja en una empresa de desarrollo de software. Durante la semana casi no tiene tiempo para desconectar, por lo que aprovecha los fines de semana para coger el coche, e irse con su novio a conocer sitios nuevos, alejados de la capital.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descubrir lugares pintorescos. - Vivir experiencias genuinas. - Huir de la capital. - Desconectar del trabajo. - Estar en contacto con la naturaleza.
<p>Quote **En vacaciones siempre huyo de la capital**</p>	<p>Personalidad Curiosa / Aventurera / Sociable / Ahorradora / Intuitiva</p>	<p>Instrucciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precios elevados. - Artificiosidad. - Ambiente urbanita. - Falta de información. - Cotidianidad.
<p>Edad 31</p> <p>Profesión Ingeniera</p> <p>Estado Vive en pareja</p> <p>Ciudad Madrid</p> <p>Arquetipo Exploradora</p>		



IDEAR

El ejercicio continua con la generación de diversas estrategias para la solución del problema, considerando tanto productos, actores den la parte turística como servicios, entendiendo que la materialización de una solución se puede gestionar desde múltiples recursos y disciplinas. Para ello es necesario tener en cuenta la ficha de personaje para determinar el arquetipo de la población usuaria turista.



Listado de requerimientos para la generación de turismo Municipio de Cuaspud - Carlosama

Posibilidad de inversión en experiencias relevantes

USUARIO

Posibilidad de traslado

Posibilidad de informar a los demás de la experiencia

Utilización de redes sociales y conexión

Turistas extranjeros (manejo de idiomas)

Conectado a seguridad para resolver problemas

Conexión a diferentes agencias

Posea señales de información

Lenguaje Universal y Geolocalización

Ofrecimiento de diversos servicios

Fácil recorrido y utilización

TECNOLOGIA

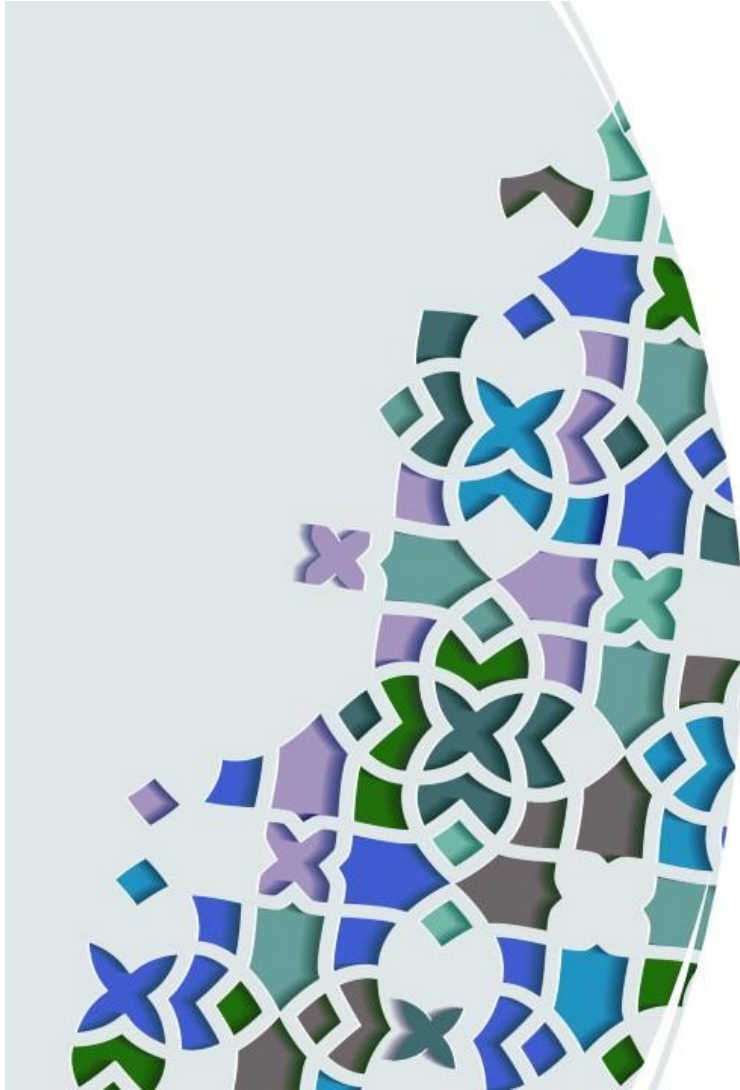
Manejo de GPS

Utilización de Internet

Acceso a herramientas informáticas

MERCADO

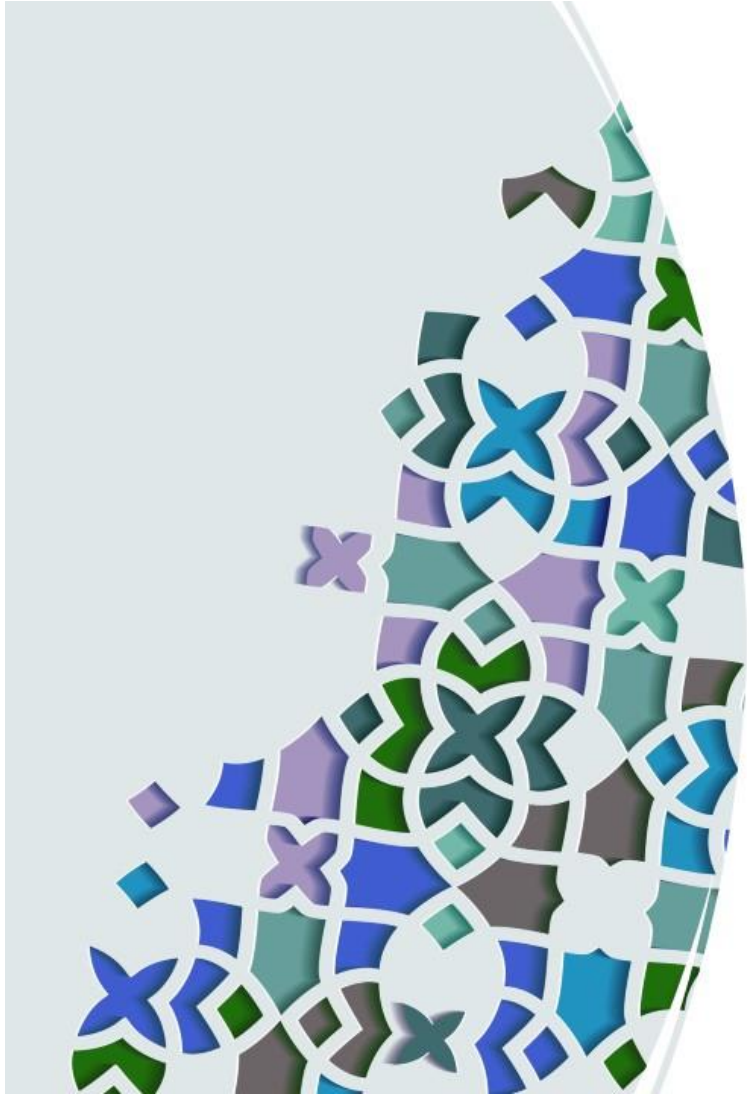
Debe ser ofrecido a agencias para lograr su promoción



IDEAR

Para comenzar con la etapa de ideación, debe realizarse un Brainstorming donde pueden surgir nuevas propuestas, pero siempre que gire en torno a solucionar las dificultades de organización interna y externa que se reportan al momento de ofrecer el servicio, una de las opciones a presentar es la organización de un tipo de Glamping que permita tener una experiencia con mayor valor agregado en la utilización de diferentes servicios extras como Guías turísticos, diferentes tipos de gastronomía, exploración de senderos y rutas y prestación del servicio de turismo cultural, religioso, bajo costo y de naturaleza. El insumo principal de las características anteriores es el usuario, el mercado, la competencia y la tecnología. Esto da como resultado un producto resultado de una buena interacción con el usuario, el contexto y la actividad a realizar.

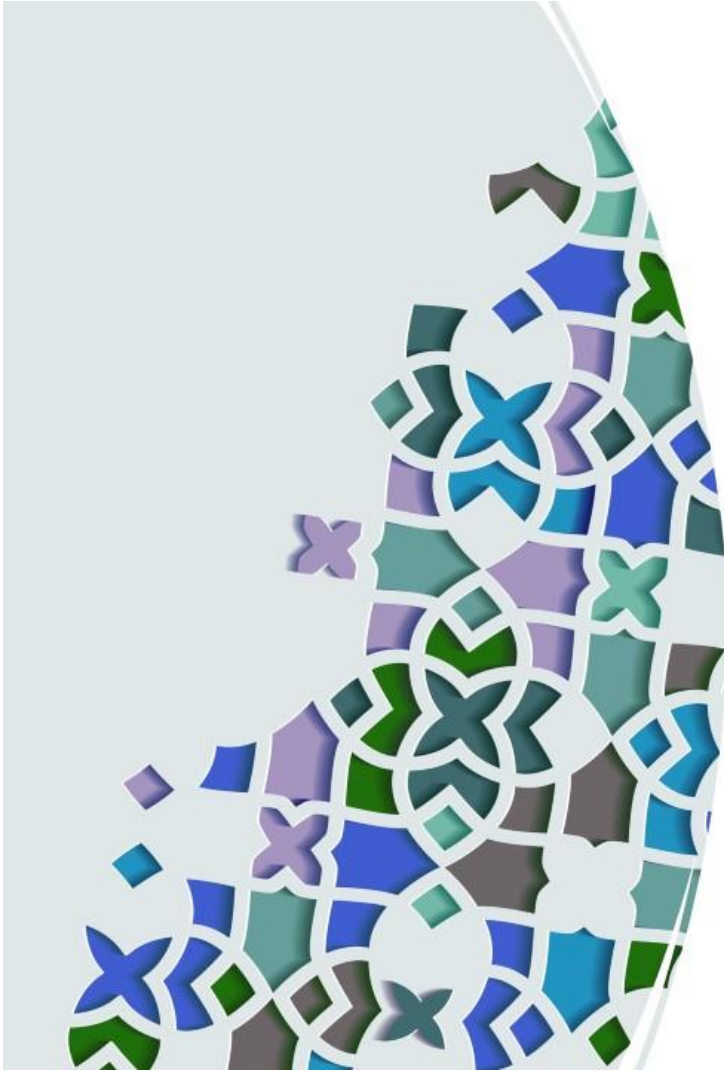




PROTOTIPAR

La solución a los requerimientos del cliente para la generación de la experiencia, da paso a un servicio dinámico, glamoroso, un nuevo tipo de alojamiento que elimina la incomodidad de las tiendas tradicionales, pero que permite el acceso a zonas naturales e impresionantes. De acuerdo con el cliente es necesario tener actividades originales integradas al entorno como inmersión en la naturaleza, pero acompañadas de un alto Confort, servicio y una amplia gama de actividades, el cliente desea aprovechar el aire puro, del contacto con la naturaleza y poder admirar paisajes impresionantes desde un alojamiento diferente, raro y único. Todo contribuye al *Customer Experience*.





EVALUAR

Si bien se está realizando un modelo Diagnóstico Turístico de carácter prospectivo en el Municipio de Cuaspud – Carlosama todavía no se llega a implementar los prototipos, su rigurosidad en la aplicación depende del resultado de la investigación y los resultado que esta arroje.

Todo el modelo generado formará parte dentro del proyecto general conjunto de los 12 Municipios presentado a INNpalsa y Fontur entidades avaladas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el mes de Abril de 2023



7. REFERENCIAS

Aboal, D., Crespi, G., & Perera, M. (2020). How effective are cluster development policies? Evidence from Uruguay. *World Development Perspectives*, 18(April), 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2020.100196>

Almeida, A., Golpe, A., & Justo, R. (2021). Regional tourist heterogeneity in Spain: A dynamic spatial analysis. *Journal of Destination Marketing and Management*, 21(December 2020), 100643. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100643>

Amos, B. (2010). Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo. *Center for Ecotourism and Sustainable Development*, 1(1), 1–32. <https://bit.ly/3oSpy3L>

Arrow, K. (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. In C. on E. G. of the S. S. R. C. Universities-National Bureau Committee for Economic Research (Ed.), *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors* (pp. 609–626). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1521/ijgp.2006.56.2.191>

Benavides, G. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(29), 24–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v15i29>

Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21(April), 100232. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>

Cámara de comercio de Ipiales. (2021). Impactos económicos y empresariales por el Covid 19, en la jurisdicción de la cámara de comercio de Ipiales. *Investigaciones*

Económicas, 23. <https://bit.ly/3cJuVgl>

Casas, M. (2020). *Las Cuaspud - Carlosama en Iberoamérica (Segunda ed)*. Hermanamientos literarios editora. <https://bit.ly/3CEw2I7>

Chalapud, E. (2022). Prospectiva estratégica del subsector comercio del Municipio de Ipiales - Colombia, Hacia el año 2030. *Tendencias*, XXIII(1), 139–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.22267/rtend.222301.186>

Cunha, M., & Aricó, R. (2001). *La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasil. (Primera ed)*. CEPAL - ECLAC. <https://bit.ly/3x6M64p>

Chamorro, A. (2014). Esquema de ordenamiento territorial 2014-2027 departamento de Nariño municipio de Cuaspud. https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/32464/1_PlanoBase.jpg?sequence=1&isAllowed=y

Delgado, M., Porter, M., & Stern, S. (2014). Clusters, convergence, and economic performance. *Research Policy*, 43(10), 1785–1799. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.05.007>

Díaz, I. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 531–542. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.068>

Dirección Nacional de Turismo Gobernación de Nariño. (2021). *Nuestra historia*. <https://bit.ly/3CGdRSt>

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Stamer, J. (1996). *Competitividad*

sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política. In *Revista de la CEPAL* (Primera ed. Vol. 1, Issue 59). CEPAL. <https://bit.ly/3HRGtvY>

Feser, E. (1998). Old and new theories of industry clusters. *Clusters and Regional Specialization*, January 1998, 18–40. <https://bit.ly/3oUGMgW>

Fontur Colombia. (2021). ¿Quiénes Somos? <https://bit.ly/30O6E5m>

Fujita, M., Krugman, P., & Venables, A. (2000). La concentración industrial. In *Economía Espacial: las ciudades, las regiones y el comercio internacional* (Primera ed. pp. 279–302). Editorial Ariel, S.A.

Gándara, G., Leal, A., & Palomino, C. (2014). Matriz FODA y matriz IGO. In G. Gándara & F. Osorio (Eds.), *Métodos prospectivos: Manual para el estudio y la construcción de futuro* (Primera ed, pp. 223–338). PAIDOS.

García, P., Elche, D., & Martínez, Á. (2020). Understanding pioneering orientation in tourism clusters: Market dynamism and social capital. *Tourism Management*, 76(December 2018), 15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103966>

Gil Toledo, J. J. (2017). El clúster como modelo de red empresarial, una opción relevante para la competitividad del subsector del turismo en Colombia. *Tendencias*, 18(1), 101. <https://doi.org/10.22267/rtend.171801.67>

Gómez, E. (2003). *Estancados en los cargos: autoridades tradicionales del resguardo indígena de Males - Nariño* [Universidad de los Andes]. <https://bit.ly/3nByV8k>

Jaramillo, C., Arias, C., Pérez, E., & Correa, P. (2020). Innovación social como

estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 89(89), 92–104.

<https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31390>

Jaramillo, R. (2003). Apuntes sobre los clusters turísticos. *Revista Turismo y Sociedad*, 2(2), 35–46. <https://bit.ly/3CF66wa>

Kachniewska, M. (2013). Towards the Definition of a Tourism Cluster. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 9(1), 33–56.

<https://doi.org/10.7341/2013913>

Machado, A., De Souza, M., De Mattos, P., & Goncalves, R. (2020). Propuesta de una estructura de análisis integrando estrategias de diversificación y conocimiento. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 29(1), 72–95.

<https://bit.ly/3qX81K5>

Marshall, A. (1890). *Principles of economics* (first edit). Palgrave Macmillan.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1057/9781137375261>

Martínez, Á., Elche, D., & García, P. (2021). Bridging capital and performance in clustered firms: The heterogeneous effect of knowledge strategy. *Tourism Management*, 85(March 2020), 1–14.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104264>

Meyer, J. (2005). Systemic Competitiveness Revisited: Conclusions for Technical Assistance in Private Section Development. In *Mesopartner Working Paper* (No. 14; Mesopartner Working Paper). <https://bit.ly/3oRDXwQ>

Ministerio de Comercio, I. y T. (2018). Plan Sectorial de Turismo: El propósito que nos une 2018 – 2022. Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 Turismo: El

Propósito Que Nos Une, 1–54. <https://bit.ly/3nDsFx5>

Mirčetić, V., Vukotić, S., & Cvijanović, D. (2019). The concept of business clusters and its impact on tourism business improvement. *Economics of Agriculture*, 66(3), 851–868. <https://doi.org/10.5937/ekopolj1903851m>

Mojica, F. (2008). La construcción del futuro: concepto y modelos de prospectiva estratégica, territorial y tecnológica (Primera re). Universidad Externado de Colombia.

Montaño, O., Corona, J., Garnica, J., Nicolás, H., Martínez, P., & Ortega, A. (2012). Modelo sistémico para la conformación de un cluster turístico regional de naturaleza sustentable. *Economía Sociedad y Territorio*, XII(39), 493–525. <https://doi.org/10.22136/est00201280>

Moscoso, F. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. *Realidad. Tendencias y Desafíos En Turismo*, 1–18. <https://bit.ly/30TQpEi>

EL MUNICIPIO DE CUASPUD (2022). Departamento de Nariño / Municipio de Cuaspud.

<https://www.municipio.com.co/municipio-cuaspud.html#hotel>

Paraušić, V., & Domazet, I. (2018). Cluster development and innovative potential in Serbian agriculture. *Ekonomika Poljoprivrede*, 65(3), 1159–1170. <https://doi.org/10.5937/ekopolj1803159p>

Pascarella, R., & Fontes, J. (2010). Competitividad de los destinos turísticos: Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios y Perspectivas En Turismo*,

19(1991), 1–17.

Penagos, G., Rodríguez, C., Ruiz, F., & Torres, E. (2021). A machine learning approach to segmentation of tourists based on perceived destination sustainability and trustworthiness. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19 (July 2020), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100532>

Porter, M. (1998a). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77–91.

Porter, M. (1998b). *The competitive advantage of nations* (First edit). The free press.

Ristic, L., Vujičić, M., & Lekovic, M. (2016). Tourism as a factor of sustainable development of rural areas belonging to Rudnicka Morava. *Economics of Agriculture*, 63(2), 665–680. <https://doi.org/10.5937/ekopolj1602665r>

Rodríguez, F., Vargas, E., Andrade, M., & Bedolla, J. (2016). Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: Criterios de valoración. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 11(1), 88–112.

Rodríguez, J. (2013). Diseño Prospectivo de Escenarios para la Ciencia, Tecnología e Innovación al 2040. *Industrial Data*, 16(2), 92–105. <https://doi.org/10.15381/idata.v16i2.11927>

Rosenfeld, S. (2002). *Business clusters in America: Strategies and synergies*, draft prepared for Organisation for Economic Cooperation and Development. In & L. P. P. Christensen, N. McIntyre (Ed.), *Bridging community and economic development-A strategy for using industry clusters to link neighbourhoods to the regional economy*, 2002.

Salinas, E., Mirandola, P., Barros, M., & Garcia, L. (2019). The study of landscapes as a basis for the evaluation of the tourist potential of the municipality of paranaiba, Ms, Brazil. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 1(19), 79–102. <https://bit.ly/3HDd4pf>

Secretaría de planeación de Cuaspud - Carlosama. (2014). Conozca información general del municipio de Cuaspud – Nariño. <https://narino.info/conozca-informacion-general-del-municipio-de-cuaspud-narino/>

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2021). Quienes somos. <https://bit.ly/3DF3tva>
Suñol, S. (2008). Entorno competitivo para el desarrollo del turismo. Caso Puerto Plata. *Ciencia y Sociedad*, XXXIII (1), 60–81. <https://bit.ly/3oRt4uW>

Zartha, J., Halal, W., & Hernandez, R. (2019). Delphi method: analysis of rounds, stakeholder and statistical indicators. *Foresight*, 21(5), 525–544. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2018-0095>