

EL TURISMO RELIGIOSO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN LA FRONTERA COLOMBO – ECUATORIANA

RELIGIOUS TOURISM AS A COMPETITIVENESS FACTOR ON THE COLOMBIAN- ECUADORIAN BORDER

Orlando Estupiñan Revelo¹
Ernesto Javier Bastidas Mera²
Juan Carlos Gallego López³

Resumen

En el presente artículo se realiza un estudio entorno a la región sur occidental colombiana, la misma está conformada por una variada gama de regiones, que se transforman en espacios geográficos con una serie de ventajas comparativas en relación con otras de igual importancia, estas regiones deberían estar predispuestas a convertirse en regiones altamente competitivas, con altos valores agregados. El santuario de las Lajas, ubicado sobre el cañón del Guáitara en el municipio de Ipiales, al sur del occidente del país, es un lugar que posee evidentes ventajas comparativas, considerado como uno de los patrimonios religiosos más importantes del mundo, combina con intensidad la piedra gris y blanca de su estructura y el verde del barranco en el que se encuentra, el mismo requiere conservación, uso racional y procesos de desarrollo económico y social, al mismo acuden miles de peregrinos cada año, considerándose como una fuente de origen en el desarrollo del turismo religioso. La investigación procura identificar factores y variables de insumo para la construcción de la matriz de juego de actores y seguidamente proponer un plan prospectivo, que se convierta en una base estratégica textual y convertirse en uno de los lugares más atractivos del país, no solamente en términos religiosos, sino también en un área de interés natural, cultural y gastronómico. Un plan que en cierta forma consolide a largo plazo todas las potencialidades desde la perspectiva turística. La investigación utilizó un diseño metodológico basado en la planificación estratégica, base conceptual para luego realizar un análisis prospectivo, dicho diseño permitió encaminar el proceso al cumplimiento del objetivo general y de las actividades realizadas de acuerdo al cronograma, presupuesto y las gestiones preestablecidas. La investigación pretendió plantear una apuesta proactiva de escenarios futuros en que el sector turístico religioso del santuario de las Lajas se podría encontrar, al igual que el escenario futuro deseable que determinará las circunstancias en las que se sustentará el desarrollo de la región.

Recepción: 15 de octubre de 2022/ Evaluación: 19 de noviembre de 2022 / Aprobado: 05 diciembre de 2022

¹Administrador de Empresas, Profesional en Comercio Internacional, Especialista en Gerencia de Proyectos, Especialista en Administración Educativa, Magíster en Mercadeo, Universidad de Manizales, Docente Investigador Tiempo Completo, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, programa de Administración de empresas, Universidad CESMAG, Integrante de grupo de Investigación San Francisco de Asís. Email: moestupinan@unicesmag.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8136-4997>.

²Magister en Mercadeo, Universidad Jorge Tadeo Lozano; Especialista en alta gerencia, Universidad Mariana; Administrador Financiero, Universidad Mariana; Tecnólogo en Administración Financiera, Centro de Estudios Superiores María Goretti, Docente Investigador Tiempo Completo, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad CESMAG, Integrante de grupo de Investigación San Francisco de Asís. Correo: jebastidas@unicesmag.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1014-1865>.

³Magister en Gestión Pública del Turismo, Sostenibilidad y Competitividad, Universidad Internacional de Andalucía sede IberoAmericana Santa María la Rábida, Huelva España. Especialista en Conservación del Patrimonio Colombiano, Universidad La gran Colombia. Arquitecto, Universidad Nacional de Colombia. Pasto, Nariño, Colombia. E-mail: jcgalleo@unicesmag.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7960-7486>.

Palabras claves: ventajas comparativas, futuro, factores, escenarios, turismo.

Abstract

In this paper, a study is carried out around the Colombian southwestern region, it is made up of a wide range of regions, which are transformed into geographical spaces with a series of comparative advantages in relation to others of equal importance, these regions should be predisposed to become highly competitive regions, with high added value. The sanctuary of Las Lajas, located on the Guáitara canyon in the municipality of Ipiales, in the south west of the country, is a place that has obvious comparative advantages, considered one of the most important religious heritages in the world, intensely combines the gray and white stone of its structure and the green of the ravine in which it is located, it requires conservation, rational use and processes of economic and social development, thousands of pilgrims come to it every year, considering it as a source of origin in the development of religious tourism. The research seeks to identify input factors and variables for the construction of the actors' game matrix and then propose a prospective plan, which becomes a textual strategic base and becomes one of the most attractive places in the country, not only in terms of religious, but also in an area of natural, cultural and gastronomic interest. A plan that in a certain way consolidates in the long term all the potentialities from the tourist perspective. The research used a methodological design based on strategic planning, a conceptual base to later carry out a prospective analysis, this design allowed directing the process to fulfill the general objective and the activities carried out according to the schedule, budget and pre-established procedures. The research aimed to propose a proactive commitment to future scenarios in which the religious tourism sector of the Las Lajas sanctuary could find itself, as well as the desirable future scenario that will determine the circumstances in which the development of the region will be sustained.

Keywords: comparative advantages, future, factors, scenarios, tourism.

Introducción

El municipio de Ipiales posee una infraestructura colonial, llena de historias y un extraordinario patrimonio, puesto que cuenta con una gran riqueza cultural, arquitectónica y natural, convirtiéndolo en uno de los municipios más visitados por turistas nacionales e internacionales.

Es el caso del turismo religioso, este sector se ha convertido no solo en uno de los motores del desarrollo social, ambiental y económico de la región, sino también en diferentes regiones del país, ya que resulta un tema interesante y pertinente a razón de todos los factores que intervienen en su desarrollo y en el medio en que se da, por otro lado, es muy importante que estos factores sean reconocidos por las personas y la comunidad regional, nacional e internacional, que conozcan de las condiciones del ambiente y de las características que posee esta ruta religiosa. En este sentido (Nuzulia, 1967). Realizo un ejercicio que arrojó como resultado que existen deficiencias estructurales en todas las variables analizadas, destacando la variable infraestructura como factor limitante principal de la actividad turística en la zona.

Por otro lado, la investigación desarrolló un proceso en el que en un primer capítulo se trazó el planteamiento del problema, la descripción y la formulación del mismo, lo que permitió establecer el objetivo general y por ende los objetivos específicos, de la misma forma plantear una justificación detallada del porqué, la viabilidad de la investigación y delimitación en tiempo y espacio.

En el segundo capítulo se trabajó el marco referencial, el cual conlleva al análisis de antecedentes locales, nacionales e internacionales que a su vez permitió una investigación más

congruente; por ejemplo en el marco contextual se expone el turismo religioso en el país y la región, teniendo como referencia la reseña histórica del “Santuario de Nuestra Señora del Rosario de las Lajas”; en el marco legal se determinaron las normas y leyes necesarias para llevar a cabo la investigación en curso; en lo referente al marco teórico se profundizó en teorías sobre las cuales se basó el proyecto de investigación; en el marco conceptual se despejaron las dudas de algunos conceptos cuyo uso no es frecuente en el vocabulario cotidiano.

Finalmente se presenta los resultados del trabajo de campo, que llevo a identificar hacia el futuro: las acciones y los responsables de su ejecución, las acciones que se lograron observar en cierta forma en el trabajo de campo, a través de la aplicación de los instrumentos con inquietudes claves a los diferentes turistas que visitaron la región. En ese sentido lo afirma el Papa Benedicto XVI: “El turismo puede convertirse en un recurso eficaz de auténtico enriquecimiento de la humanidad; efectivamente, a través de él los hombres y las culturas permutan entre sí los valores del estudio y perspectivas en turismo, conocimiento, el bienestar, la justicia, la libertad, la belleza y la paz, que dan un sentido integral a la vida” (Jesus, 2018).

En tal medida la implementación de actividades turísticas en áreas rurales en América Latina ha depositado fuertes expectativas como promotora de un cambio. “Existe un consenso en los organismos internacionales que vincula de manera simplista al turismo como solución a la pobreza y a la protección del medioambiente” (Kieffe, 2018).

No se puede negar que el hablar hoy en día de turismo religioso es un tema relativamente nuevo, poco a poco se ha convertido en un fenómeno de tipo social y económico, hoy se puede identificar diferentes regiones en el mundo que han realizado grades apuestas por este sector, en realidad el mismo ha tocado las puertas de los empresarios y autoridades regionales, más aún cuando se cuenta con centros religiosos como el Santuario de las Lajas (Perilla et al., 2013)

Antecedentes

Haciendo un recorrido en épocas de la edad media, existieron algunas regiones que tenían grandes fortalezas en lo que se refiere a su infraestructura religiosa, convirtiéndose a través de los años en puntos clave de peregrinación, es el caso como el camino a Santiago punto consolidado a nivel mundial como uno de los tres centros más grandes del mundo en lo que a peregrinación se refiere después Jerusalén y Roma (Lois González & López, 2012).

Ahora bien, se sabe a nivel internacional que en algunas regiones el turismo religioso es constante y es posible que otras sean cíclicas y estas últimas depende de ciertas fechas del año, en donde se hace más evidente la búsqueda de destinos religiosos, es así como en Semana Santa de manera certera se presenta el mayor número de expresiones religiosas, un ejemplo de ello es España, país donde en dicha fecha se realizan representaciones religiosas de todo tipo, tales como representaciones y procesiones, una de las cuales es la de Ayamonte declarada como una fiesta de Interés turística Nacional, en este caso el sur occidente del País ofrece la basílica declara de interés cultural de carácter nacional y considerado una de las siete maravillas de Colombia (Cànoves Valiente, 2006).

Ahora, bien de acuerdo a las experiencias presentadas en otras latitudes y a pesar de que el turismo religioso representa el mayor generador de recursos, como es el caso de Santa Narcisa de Jesús en el Cantón Ecuatoriano, sería provechoso y su vez más beneficioso fortalecer el ecoturismo y sector gastronómico, que no sería simplemente subsectores aislados, sino también serían un complemento muy importante para el impulso del turismo en general de las regiones (Pérez Rivera & Sarabia Molina, 2021).

Es posible que el concepto del turismo religioso se venido analizado de manera particular e independiente, pero es una infusión de factores distintos por un lado la religión y el turismo por otro lado, factores que han venido evolucionado uno con raíces ancestrales y otro con una evolución muchísima más reciente y moderna (Perilla et al., 2013).

German Bejarano Orozco, formula un plan de acción para construir el futuro turístico en el corregimiento de Lerma municipio de Bolívar (Cauca), aplicando el modelo de la prospectiva Estratégica con apropiación de la comunidad, concluye que en este emprendimiento turístico no existen actores dominantes, el 90% de los actores son actores de enlace, es decir, que la relación entre ellos es de cooperación y por lo tanto se requiere una alta capacidad de negociación en los directivos del emprendimiento (Nuzulia, 1967).

Murillo Barahona (2015) hace un ejercicio de análisis sistémico de las variables que afectan al sector turismo en los municipios de Nuquí y Bahía Solano, apoyados en el método Delphi como instrumento de consulta a expertos. Este ejercicio arrojó como resultado que existen deficiencias estructurales en todas las variables analizadas, destacando la variable infraestructura como factor limitante principal de la actividad turística en la zona (Meranti, 2015).

Marco teórico

El turismo ha venido siendo una actividad constante a través de los años, de acuerdo a su significado del Latín *TORNUS*, ha hecho referencia a procesos de desplazamiento de personas, cuyos objetivos más comunes son la recreación, objetivo que implica la búsqueda de esparcimiento e incremento de su cultura con base en el conocimiento de nuevos destinos de todo tipo, entre ellos el turismo religioso (Rica et al., 2012).

Ahora bien si bien es cierto que el turismo atrae en gran medida a la gente joven, a razón de la búsqueda de nuevas experiencias y aventura extrema, no se puede dejar de lado la importancia que tiene el turista que posee una edad en cierta forma avanzada, pues, es un segmento de la población que además de saber claramente lo que desea en términos de turismo, también está en la búsqueda de nuevas experiencias, aunque la gran diferencia con otros segmentos de la población, deben estar muy bien informados de los destinos que las regiones hoy por hoy ofrecen sus portafolios de productos y servicios, información que debe estar totalmente actualizada, más aún cuando el acceso a la tecnología está a la orden del día (Soledad et al., 2020).

En ese sentido, el turismo religioso hace parte de ese importante portafolio que ofrece la región nariñense y simplemente el sentido de religiosidad que enmarca, permite el origen de nuevas opciones de negocios informales como los artesanales y formales como hoteles y restaurantes y algunos como los de transporte y agencias de turismo, esta red turística, permite establecer en cierta forma el turismo religioso es una importante fuente de desarrollo económico (Issn & Tur, 2020).

Es así entonces que se deben implementar estrategias que permitan incrementar el desarrollo del sector turístico en la región (Sánchez, Peláez y López, 2021), pues el mismo será determinante y muy importante en la búsqueda de mejorar el nivel de vida y los ingresos de quienes están involucrados en el comercio de la cultura religiosa (Argyriadis, 2005).

En el mundo y en definitiva el turismo religioso se ha considerado como una práctica que ha venido demostrando a través del tiempo su importancia en el desarrollo económico, más aun cuando parte de los ingresos generados se quedan en comunidades que son menos favorecidas, generando a su vez la sostenibilidad de su empleo (Cruz, 2006).

Uno de los factores que adolece muchas regiones con oferta turística religiosa, se caracteriza por la ausencia de la implementación de planes de mercadeo muchos más efectivos (Ruiz, García, Martínez y Vidal, 2020), hecho que permitiría una mayor oportunidad de desarrollo económico, cuyo impacto no sea las zonas urbanas y a su vez las empresas formales, sino también, las zonas rurales y los negocios informales (De La Torre & Pérez, 2017).

En este sentido es importante recalcar se puede implementar a niveles de las regiones un turismo rural que tenga el toque comunitario pues, en otras latitudes el mismo ha sido un ejemplo de contribución al sostenimiento de las diferentes regiones del campo (Campesinas) como también indígenas (Gascón, 2023).

Cabe decir, que dichas regiones apartadas de los centros económicos, pero que tienen diferentes ventajas comparativas relacionadas con el turismo religioso, tiene como principal problema: la pobreza la cual es el origen de una serie de impactos sociales negativos, es evidente regiones en el mundo como en algunos países africanos y de algunos países de Asia. En el caso de América Latina la situación no se aleja de estas realidades, pues, el contexto es muy similar donde ciertas poblaciones no tienen la posibilidad de por lo menos resguardar sus necesidades más básicas, caso que aumenta en un alto porcentaje en algunos países de Centroamérica (Estrella & Jiménez, 2017).

Como parte del desarrollo del turismo religioso, se puede concluir que las regiones deben hacer uso de las tecnologías modernas, si las mismas han cambiado la manera de vivir de las personas y en general han cambiado todo el entorno económico del mundo, las regiones deberán implementar estrategias a nueva realidad sobre todo virtual donde la inteligencia artificial será la que imponga las condiciones, la sociedad moderna cada día más cerca de la conectividad y de la tecnología, se convierten también en el nuevo consumidor virtual con característica de que si puede tomar decisiones basadas en el marketing y en las Tic's (Duarte & De Oliveira Palheta, 2021).

De todas maneras, el futuro es halagüeño a pesar de que la competencia en cuanto destinos turísticos religiosos se ha incrementado, ya serán las nuevas generaciones quienes con sus nuevos conocimientos sean quienes aporten al desarrollo de este sector, sin olvidar la buena voluntad de los gobiernos de turno, serán también el motor de desarrollo de sectores involucrados en el turismo religioso (Sánchez-González & Fernández-Hernández, 2019; Martínez, Barbosa, Amaya y Guzmán, 2020).

Cabe decir, que La basílica del santuario de nuestra señora de las lajas viene dejando muchos rastros en la historia de la región, en el sentimiento de la gente, de la sociedad y de la cultura religiosa, pues, ha sido un sitio de peregrinación y turismo desde más de dos siglos de su existencia (Fernández Poncela, 2010).

En un mundo globalizado los mercados, las empresas, las regiones y la gran mayoría de los entornos enfrentan un alto nivel de incertidumbre frente al futuro, más cuando en los últimos tiempos la sociedad se enfrenta a variados problemas ambientales y de salubridad, esto hace que para las regiones que su futuro se convierta en un reto, la planeación por escenarios permite identificar importantes retos, tendencias y oportunidades para quienes necesiten enfrentar escenarios posibles e ideales (Agredo, 2019).

Las diferentes regiones del mundo caracterizadas se enfrentan a un gran desafío, pues, se hace pertinente alcanzar el desarrollo del turismo religioso y una herramienta para ello es la gestión turística del patrimonio religioso, pretendiendo entonces de brindar cierto equilibrio entre considerar de que se trata de un lugar de culto religioso y un encantador sitio turístico, consideraciones antagónicas al parecer, pero que pueden a su vez ser afines para trabajar de manera organizada y productiva en aras de alcanzar los objetivos de desarrollo. En el caso colombiano una gran parte de lugares considerados como patrimonios religiosos continúan siendo franjas de culto,

conservando tanto sus valores y las prácticas espirituales (Villota Ortega et al., 2020).

En lo que respecta a las pequeñas empresas que existen alrededor del turismo religioso y que en su mayoría tienen ese carácter familiar, se enfrentan a una serie de riesgos y con ellos las persona y los campesinos que tienen sus pequeños negocios en el trayecto o camino hacia el santuario, negocios que de una u otra forma se han podido mantener sin evidenciar grandes índices de desarrollo o crecimiento, pues así lo manifiesta la revista tendencias contables y administrativas: La denominada empresa familiar rural o campesina, para este tipo de empresa hace muy poco tiempo se viene reconociendo su importancia en la economía del país, sin embargo, no se ha generado estrategias que permitan potenciarlas, permeando no solo su desarrollo económico, sino interviniendo en la gestión integral de las mismas, esto es, potenciar todos los recursos con que cuenta para su operación y dentro de estos, uno de los factores más importantes, el talento humano, inculcando en ellos el deseo por sobresalir y desarrollar su labor de manera idónea, bajo un compromiso total, que permita además, seguir trabajando por sus ideales, en sus propios lugares de origen

Metodología

Paradigma

El proyecto se inscribe en el paradigma positivista, ya que se considera una realidad objetiva, la cual se puede conocer a través de la observación, la experimentación y la razón para luego formular, a través del método inductivo, leyes generales que permiten relacionar las causas con sus efectos y explicar los fenómenos observados, verificándose de manera empírica dichas leyes.

Enfoque

Desde el punto de vista epistemológico y metodológico la investigación es cuantitativa, puesto que se apoyará en las técnicas estadísticas y el análisis de datos secundarios. Además, se considera que es cualitativa, pues, busca comprender los significados que los sujetos siguen a las acciones y conductas sociales. Para ello se utilizarán técnicas basadas en el análisis del lenguaje, como la entrevista y el grupo de discusión a diferentes turistas que visitan la región y de manera especial al Santuario de Nuestra Señora del Rosario de las Lajas.

Tipo de estudio

El tipo de investigación utilizado en este trabajo es el descriptivo, pues en él se trata de especificar las características de todas las variables o fenómenos que merezcan ser sometidos a análisis, también se busca hacer una descripción del turismo en la región, explicar las características de éste y los factores que influyen en dicho sector.

Método de investigación

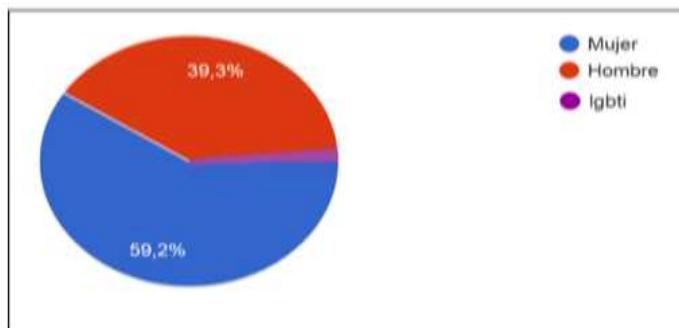
Se pretende averiguar e inclusive hallar pistas que ayuden a explicar fenómenos, sucesos Y conocer la verdad en todo lo que se refiere al turismo religioso, se pretende explicar y proponer la importancia como factor competitivo en el desarrollo económico y social de la región.

Ahora bien, será un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca observar bien sean las debilidades o fortalezas que la región evidencia y como la variable turismo religioso, puede impactar competitivamente en la región, pero además en la generación de empleo, mayores ingresos y mejoramiento de los niveles de vida de la comunidad.

Resultados

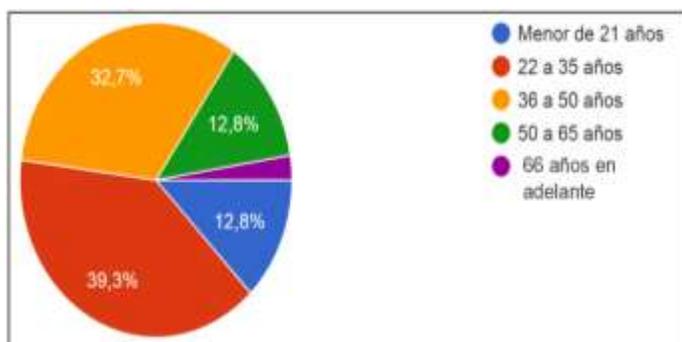
Perspectiva del turista frente al turismo religioso en el municipio de Ipiales

El presente capítulo permitió hacer un análisis de la perspectiva o apreciación que tiene el sector turístico frente a cada uno de los factores expuestos en el instrumento de recolección de información.



Gráfica 1. Género

Con base en lo que corresponde al género de los encuestados, el trabajo de campo dio como resultados que el 59.2% de los encuestados pertenece género Femenino, y un 39,3% son hombres, lo que permite deducir que en definitiva las mujeres tienen una gran inferencia en la decisión de hacer turismo y que participan activamente en las diferentes actividades que hacen parte de la oferta turística que tiene la región, Por otro lado, con un porcentaje del 1,5 % pertenece al grupo LGTBI.



Gráfica 2. Grupo Etario

En los resultados obtenidos de la pregunta anterior, se puede derivar que las nuevas generaciones son aquellas que están colocando la pauta en lo que hace referencia al turismo en la región, los resultados demuestran que la población de edad más representativa son personas jóvenes entre los 22 y 35 años con un 39,3%, seguido de las edades de 35 a 50 años, con un 32,7%, los rangos de edades entre los menores de 21 años y de 50 a 65 años 17 años, tienen un porcentaje igualitario del 12,8%; por último, en el rango de edad de 65 años en adelante solo se identificó un porcentaje del 2,4%. Son parámetros para tener en cuenta en las necesidades turísticas que hoy en día el joven requiere, y en cierta manera los planes turísticos en general deben tener en cuenta al turista joven. Aunque no se debe dejar de un lado a adultos, adultos mayores, lo que indica que existe un interés general sobre el tema del turismo sin importar la edad.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONALES		
Nariño	47	23,98%
Valle del cauca	17	8,67%
Risaralda	12	6,12%
Cauca	10	5,10%
Antioquia	10	5,10%
Santander	9	4,59%
Cundinamarca	9	4,59%
Bolívar	8	4,08%
Magdalena	7	3,57%
Atlántico	7	3,57%
Putumayo	7	3,57%
Meta	6	3,06%
Quindío	6	3,06%
Huila	6	3,06%
Tolima	6	3,06%
San Andrés	6	3,06%
Amazonas	5	2,55%
INTERNACIONALES		
España	4	2,04%
Francia	4	2,04%
Inglaterra	4	2,04%
Estados Unidos	3	1,53%
Brasil	3	1,53%
TOTAL	196	100,00%

Tabla 1. Lugar de procedencia

Con base en la tabla anterior, se puede analizar que en definitiva de la procedencia de los encuestados que visitaban el santuario de Nuestra Señora de las Lajas están representados en un gran porcentaje por turistas de la región con un 23,98%.

Este resultado nos enfoca hacia el sector del mercado primario, siendo los municipios cercanos aquellos que tienen una gran preferencia por visitar es al lugar, demostrando que en definitiva existe la necesidad de proponer una oferta mucho más atractiva que permita atraer al turista nacional e internacional, pues, los datos obtenidos nos permiten deducir que la procedencia a nivel internacional del turista lo encabeza España, Francia, Inglaterra, seguido por Estados Unidos y Brasil, con porcentaje comprendidos entre 2,55%. Y 1.53%.

CÓDIGO	OCUPACIÓN	FRECUENCIA	%
36	Comerciantes	19	9,69%
56	Estudiantes	17	8,67%
48	Docentes	16	8,16%
40	Contadores	14	7,14%
4	Administradores	13	6,63%

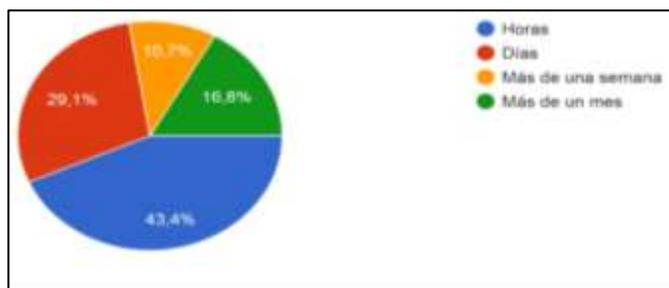
14	Amas de casa	12	6,12%
19	Arquitectos	12	6,12%
1	Abogados	11	5,61%
101	Seguridad	11	5,61%
49	Economistas	10	5,10%
57	Fotógrafos	10	5,10%
53	Enfermeros	9	4,59%
61	Ingenieros	8	4,08%
92	Psicólogos, Terapeutas	8	4,08%
37	Conductor/taxista	7	3,57%
50	Electricista	6	3,06%
999	Otros	5	2,55%
12	Agricultor, Agrónomo	4	2,04%
27	Chef	4	2,04%
TOTAL		196	100,00%

Tabla 2. Ocupación o profesión

Frente a las actividades que desempeñan los encuestados se puede concluir que las mismas son muy diversas, cabe resaltar que esta

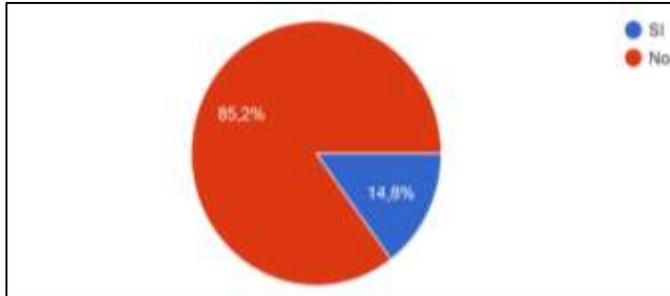
variable sería particularmente importante desde el punto de vista sociológico, pues, la misma es muy sensible a los cambios del entorno ya que los medios laborales evolucionan muy rápidamente o se puede presentar cierto nivel de resistencia a contestar.

En ese sentido y con base al trabajo de campo, llama la atención que a pesar de ser muy diversas las ocupaciones se logró identificar como la actividad principal del visitante el de ser comerciante, estudiantes y docentes con 9,69%, 8,67% y 8,16% respectivamente, en la categoría con menor porcentaje se encuentra a la profesión de chef y agricultor con un 2,04%; se rescata que los turistas frente al tema del turismo poseen una gran diversidad de profesiones y ocupaciones.



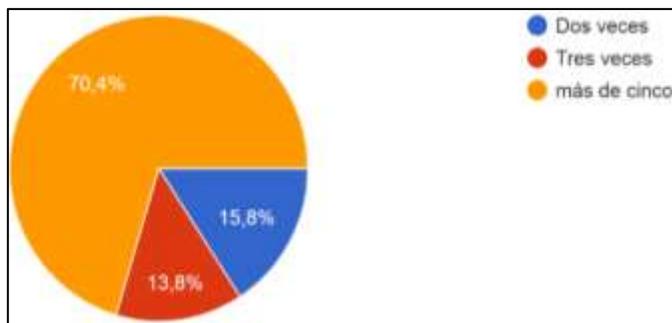
Gráfica 3. Tiempo de permanencia en el municipio de Ipiales

El tiempo de permanencia trata de indicar el tiempo que pasa el visitante o turista en la región y es una variable muy importante y debe ser valorada por cuanto significa ingresos para el sector y todos sus involucrados, Según los datos recopilados, se identificó que la mayoría de los turistas encuestados tienen un tiempo estipulado en la región basado en horas de su estadía con un 43,4%, seguido por permanencia en días con un 29,1% este resultado de una u otra forma manifiesta que se debe trabajar en brindarle las condiciones de permanencia a una población que en su momento sería potencialmente importante para pernoctar en la región por un tiempo más.



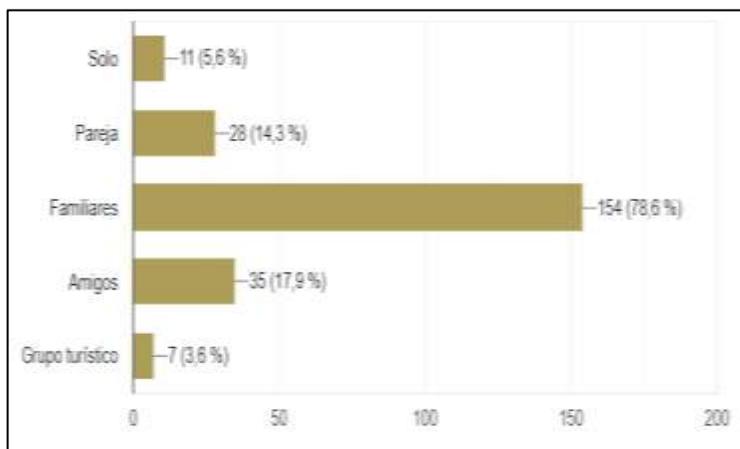
Gráfica 4. Visita por primera vez al Santuario.

Un gran acierto de lo innovador que los visitantes en el santuario de las Lajas han encontrado es la construcción del cable, hecho que ha permitido que bajar a bajar a visitar el santuario lo hace menos exigente, razón por la cual los visitantes han regresado de manera más frecuente, pues de acuerdo a los resultados que se obtuvieron se observa que un 85,2% de los turistas han visitado más de una vez el Santuario De Nuestra Señora De Las Lajas, lo cual significa que este sitio turístico religioso es muy llamativo para la diversidad de turistas que lo visitan.



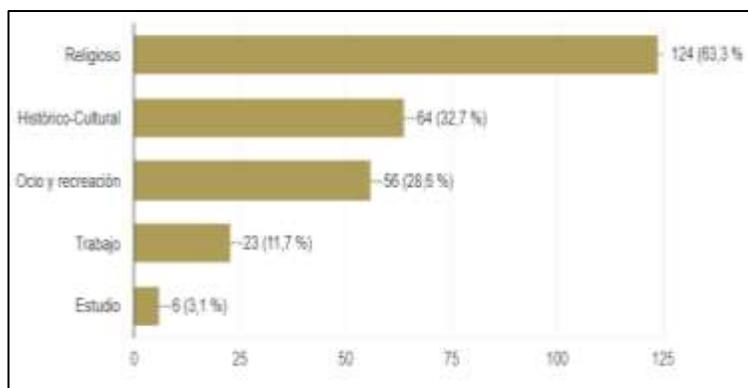
Gráfica 5. Número de visitas al Santuario

Siendo coherente con la pregunta anterior se trató de conocer la frecuencia de visitas al santuario y en ese sentido el presente interrogante confirma que el 70,4% de los turistas que han visitado el Santuario De Nuestra Señora de Las Lajas, lo visitaron más de cinco veces lo que demuestra la trascendencia que tiene la región y de manera especial el santuario en la frecuencia de visita, hecho que conduce a la posibilidad de que a futuro se mejoren las condiciones de infraestructura y de logística en general.



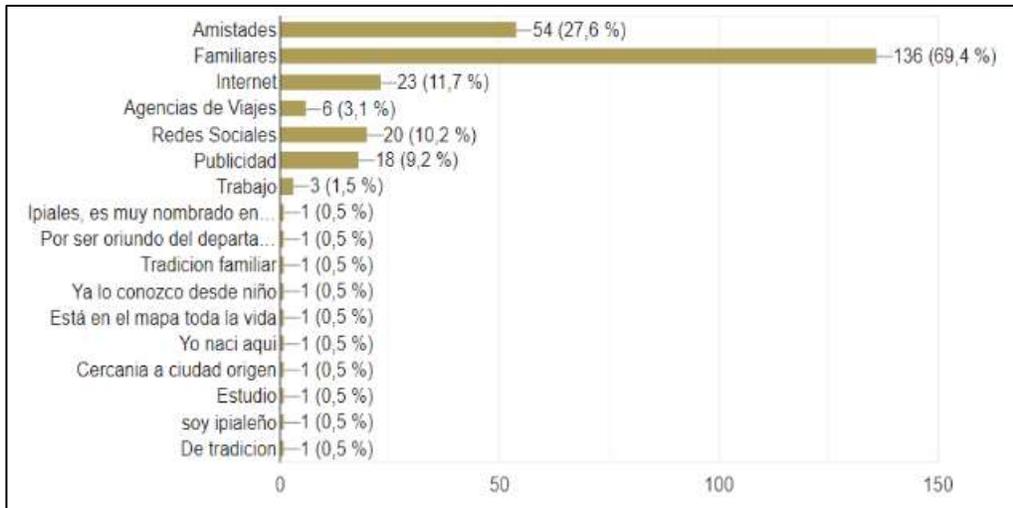
Gráfica 6. Acompañante de Viaje

Partiendo de que todo lo que significa las Lajas; un lugar que sin lugar a dudas tiene un celestial encanto, los visitantes se dejan acompañar generalmente por la familia, pues así lo manifiestan los resultados donde aproximadamente el 78,6% de los turistas encuestados visitan el Santuario de las Lajas en compañía de sus familiares, se analizaran estos aspectos más adelante, por cuanto se necesitan implementar estrategias que estén encaminadas a la familia y disfrutar no solamente de la Basílica, su historia y cultura sino también de su gastronomía entre otros planes, porque en familia todo es mejor.



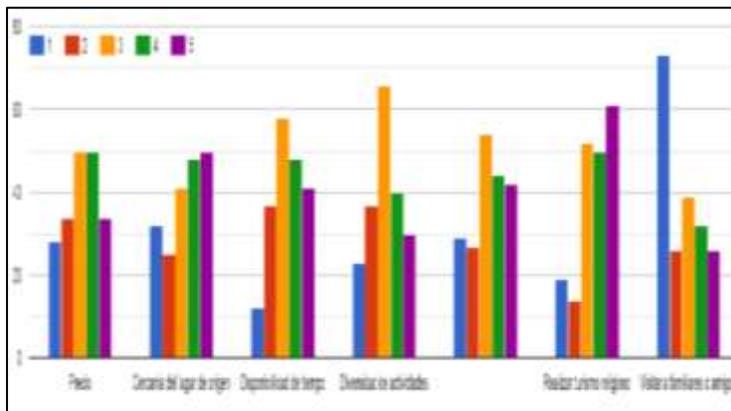
Gráfica 7. Motivo principal de la visita

Las Lajas estaría con el tiempo transformándose en uno de los mayores atractivos del turismo religioso de la región y de todo el departamento, pues cada vez son más y más los visitantes que llegan a deleitarse de los paisajes y como se dijo anteriormente de los encantos no solo del Santuario sino también de sus alrededores. En ese sentido los resultados obtenidos en el trabajo de campo permiten observar que aproximadamente el 63,3% visita el Santuario de las Lajas por motivo religioso, de la misma manera por conocer la cultura y la historia de este sitio un porcentaje del 32,7%.



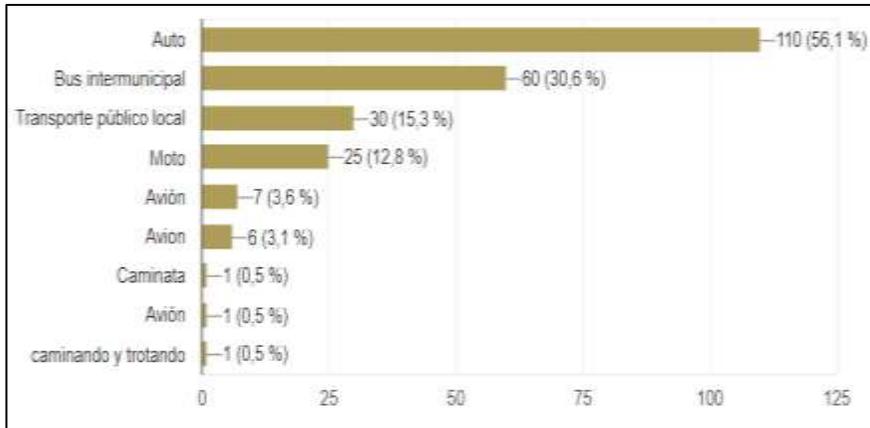
Gráfica 8. Conocimiento del municipio de Ipiales.

A pesar de que existe sitios oficiales en internet, como también una serie de páginas que hacen referencia al Santuario los visitantes encuestados manifestaron en un 69,4% que obtuvieron información acerca del Santuario de las Lajas mediante sus familiares, lo que permite pensar a futuro la creación de estrategias lo cual significa que, si la primera impresión es positiva para el visitante, esta experiencia va ser repercutida de voz a voz hacia las demás personas.



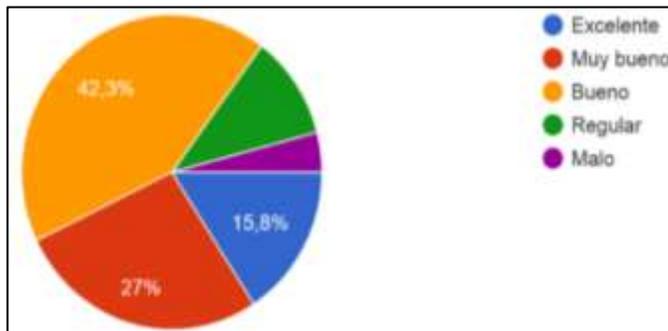
Gráfica 9. Motivos que influyeron en la visita a la región.

De los resultados obtenidos anteriormente se puede inferir que el motivo que más influyó para que las personas realicen su visita es la realización de turismo religioso y el motivo que tiene menor influencia en los encuestados es la visita a familiares y amigos, por lo tanto, se puede inferir que el turismo religioso es un factor muy importante a la hora de elegir a qué lugar visitar.



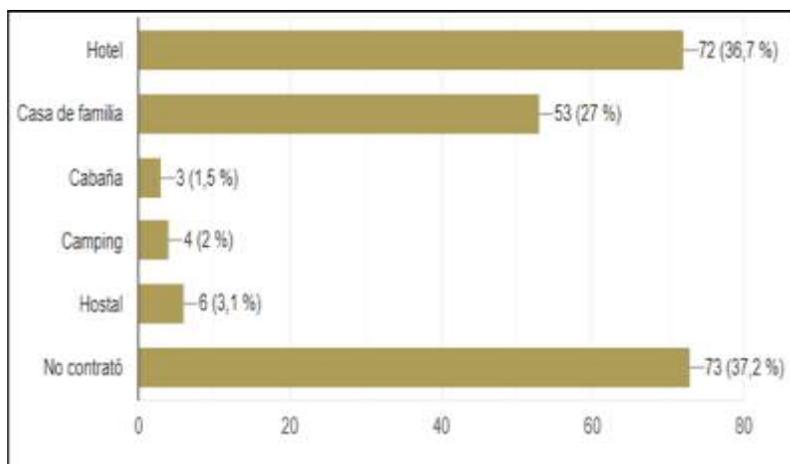
Gráfica 10. Medio de transporte utilizado

Como se concluyó en un interrogante anterior, la demanda turística el consumidor y el cliente son personas distintas, con diferentes profesiones y ocupaciones y por lo tanto tendrán un nivel de ingresos desiguales, por lo tanto algunos tendrán su propio medio de transporte, pues así lo reflejan los resultados más de la mitad de turistas encuestados, es decir 110 turistas, realizan la visita al Santuario de las Lajas, utilizando su auto como medio de transporte, lo cual se puede inferir que la mayoría de los turistas les gusta viajar de manera cómoda y segura, de igual manera se puede identificar la importancia que tiene el estado de la carretera, con la doble variante, pero de igual manera para que el visitante se encuentre más tranquilo y satisfecho la región tendrá que implementar un portafolio de opciones modernas en temas de transporte.



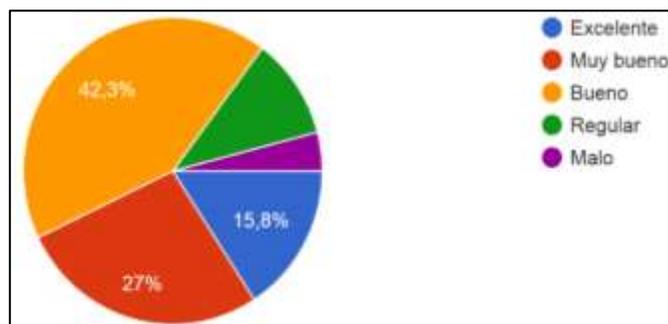
Gráfica 11. Organización de viaje

A pesar de que, existe cierta cantidad limitada de operadores turísticos los resultados del trabajo de campo permiten observar que la gran mayoría de los visitantes que corresponden a 183 turistas, prefieren crear y organizar su viaje de manera personalizada y en un bajo porcentaje de turistas prefiere utilizar los servicios de agencias de viajes u operadores turísticos, a ciencia cierta es muy importante que se tomen las medidas del caso para que de igual manera que en el servicio de transporte se creen nuevos operadores y agencias de turismo o en su defectos las existentes puedan implementar promociones que cumplan un las expectativas presupuestales de los visitantes. su destino turístico.



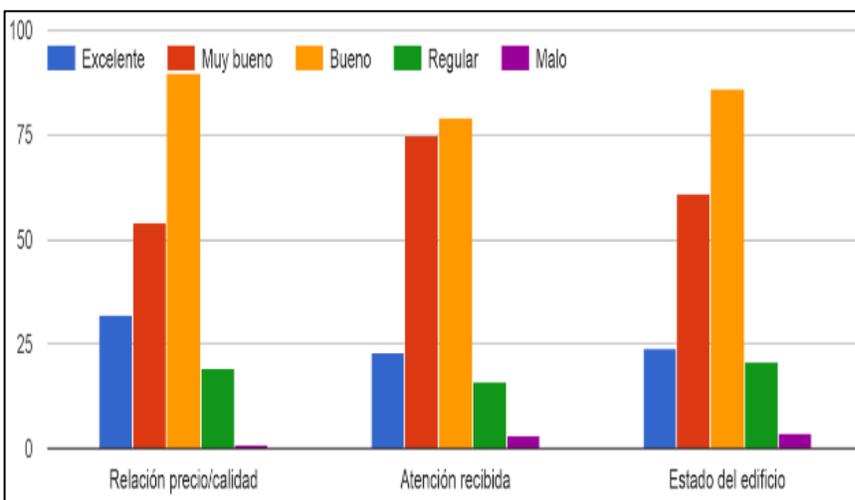
Gráfica 12. Tipo de alojamiento contratado

Una de las necesidades latentes que a primera vista se observa en la región es el servicio hotelero, pero un tema a tratar más adelante, por ahora lo importante es saber que los visitantes no contratan ningún tipo de alojamiento al pensar porque su estadía es transitoria o a razón de que la mayoría de ellos viven provienen de lugares cercanos al municipio de Ipiales, los resultados permitieron observar que este grupo está representado un 93.4% de la población encuestada generando al turista la posibilidad de poder visitar el santuario de las Lajas y volver a su destino.



Gráfica 13. Calificación del servicio

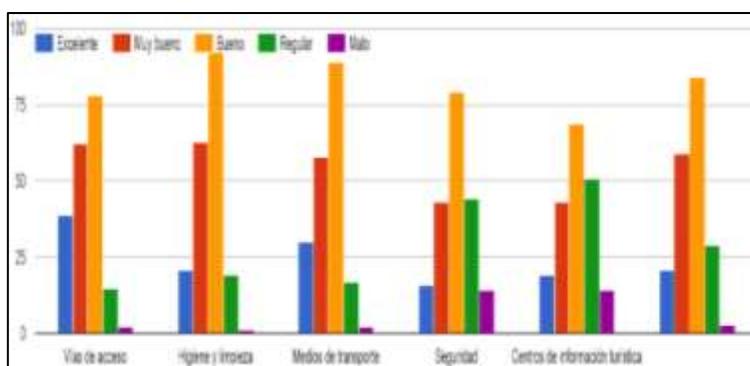
Frente a la calidad del servicio prestado cabe resaltar que la mayoría de los visitantes no contratan hospedaje por lo tanto es coherente que una gran mayoría no contrate el servicio, pero aquellos que si lo han utilizado es bueno con un porcentaje de 42.3%.



Gráfica 14. Factores que influyeron en la prestación del servicio de alojamiento

La prestación del servicio en cualquier tipo de empresa, ya sea que venda un producto o preste un servicio debe ser excelente en todos los sentidos de tal manera que el cliente quede totalmente satisfecho de la atención prestada, frente a este aspecto se puede observar que la atención recibida fue buena en su gran mayoría pero no excelente, lo que permite deducir que existe la necesidad de realizar procesos de capacitación en servicio al cliente de todas las personas involucradas en la atención a turistas y visitantes en la región.

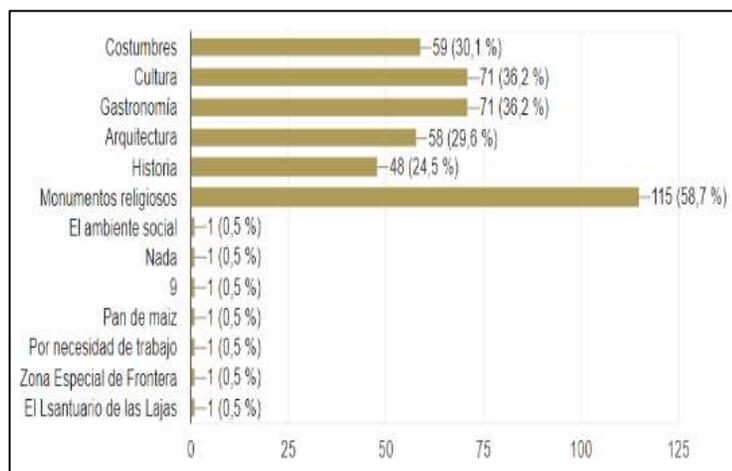
Por otro lado, frente a la relación precio calidad existe cierto nivel de satisfacción por parte del encuestado sin ser excelente ni muy bueno la relación el encuestado la considera buena, por último en lo que concierne al estado de la estructura del alojamiento o edificio los encuestados manifiestan que es bueno, sin llegar a ser muy bueno ni excelente.



Gráfica 15. Calificación con respecto a la decisión del destino turístico.

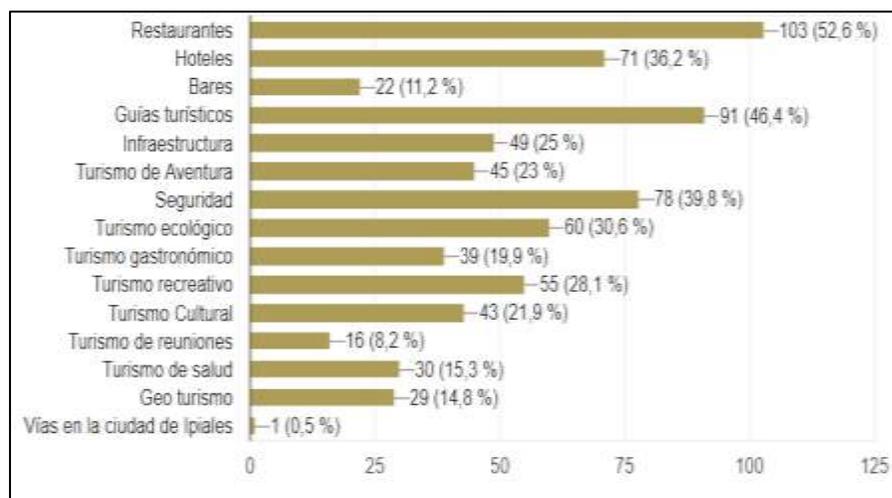
Los visitantes son muy exigentes en lo que respecta al destino turístico, pues, existen una serie de variables que son determinantes a la hora de tomar la decisión de viajar, por ejemplo las vías de acceso, la higiene y la seguridad entre otras, la región si bien es cierto posee un toque muy tradicional y costumbrista no tiene la modernidad que tienen otras regiones respuesta realizada a los turistas encuestados estas variables obtuvieron una calificación de bueno, pero se puede negar que existe la necesidad de trabajar y mejorar estos y en los otros factores que hacen

parte de la logística y que se conviertan en factores competitivos de la región para el visitante, mejorando así su experiencia turística en la región.



16. Aspectos llamativos del municipio de Ipiales

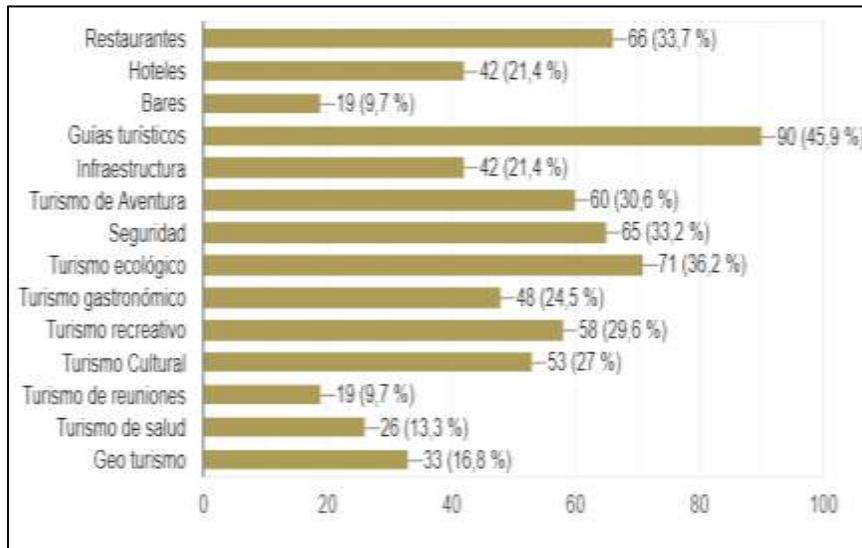
Existe muchos aspectos dignos de admirar, pues, frente a los aspectos llamativos que le llamaron la atención en la región, definitivamente el 58.7% de los encuestados tienen mucho interés en apreciar con mayor preferencia los monumentos religiosos, seguidos por la cultura y la arquitectura, esta preferencia permite considerar la importancia de la investigación, confirmando su justificación en aras de lograr presentar un futuro ideal que considere principalmente el aspecto turístico religioso a través del tiempo, dejando de un lado aspecto como la necesidad de trabajo la zona fronteriza, el comercio o el ambiente social.



Gráfica 17. Servicios turísticos que deben mejorar en la región

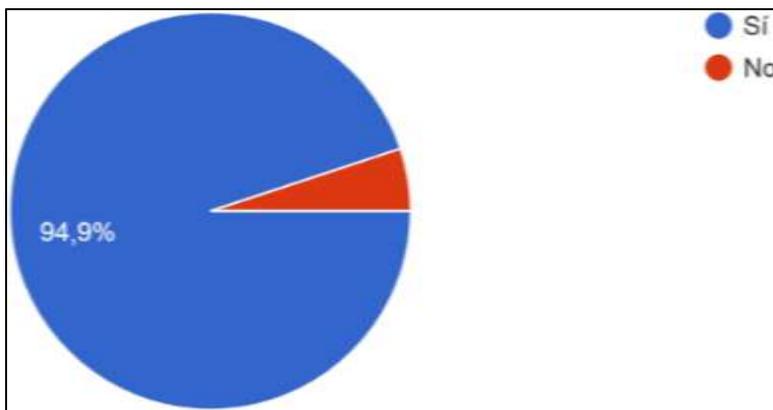
La pregunta anterior evidencia la necesidad de mejorar los servicios que se están prestando en la región y que estarían pendientes de ser mejorados en el transcurso del tiempo, pues según los resultados se evidencia que los turistas encuestados, consideran que es necesario, urgente y prioritario mejorar los servicios en restaurantes, representada por un porcentaje del 52,6%, seguido de la implementación de guías turísticos, representado por un porcentaje del 46,4%, por último y

en definitiva el flagelo que hoy por hoy está ocasionando grandes problemas de orden público; la seguridad con un 39.8%.



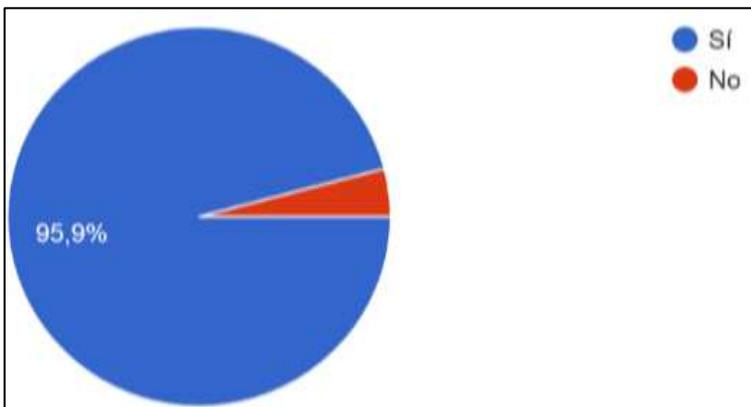
Gráfica 18. Servicios turísticos que se deben implementar en la región

En definitiva, los visitantes se encuentran en esa paradoja de obtener información de todo lo que concierne a región, pues al parecer es un gran vacío que el mismo turista requiere para realizar un itinerario que sea el apropiado, no solo para lograr sus objetivos sino también ajustado a su presupuesto. Según la información recopilada, los turistas encuestados consideran que es necesario implementar servicios de guías turísticos, en un 45.9% seguido de turismo ecológico, restaurantes; seguridad y turismo de aventura, con un 36.2%, 33.7%, 33.2% y 30.6% respectivamente.



Gráfica 19. Regresaría al municipio de Ipiales

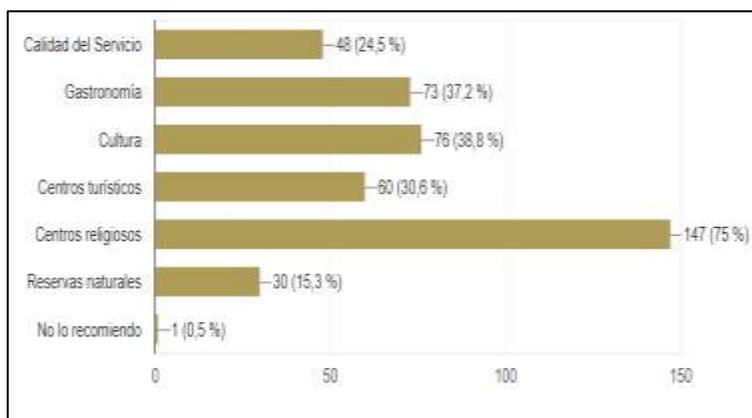
Aunque es muy importante que el visitante regrese, lo importante será tratar de atraer visitantes o turistas nuevos que de igual manera regresen a la región, más sin embargo llama la atención que el 94.5% de los turistas. De la información obtenida de los turistas encuestados se puede determinar que el 94,9% está dispuesto a regresar a La región, se convierte en un indicador muy importante a tener en cuenta para posterior análisis prospectivo.



Gráfica 20. Recomendaría a Ipiales como destino turístico religioso

De acuerdo a estadísticas emanadas por el periódico el tiempo de enero 6 de del 2022, “El santuario de Nuestra Señora del Rosario de las Lajas, se ha convertido en uno de los lugares de Colombia más visitados durante diciembre 2021 y del 2022, inclusive aquellos que vienen al carnaval de negros y blancos en Pasto, aprovechan para visitar este sitio ubicado en el cañón del Guáitara”.

En este sentido el trabajo de campo permitió obtener el 95,9% de los turistas recomendarían al municipio de Ipiales como destino turístico religioso.



Gráfica 21. Aspectos a tener en cuenta para recomendar a Ipiales como destino turístico.

Los aspectos más importantes que el visitante cuenta para recomendar la región como destino turístico religioso, según la encuesta los resultados indican que el 75% recomendarían los centros religiosos, hecho que llama la atención en del cumplimiento del objetivo de la presente investigación.

Conclusiones

Se puede concluir que de acuerdo a los resultados de la investigación la población que con mayor frecuencia que visita la región, está representada por personas Jóvenes cuya edad está comprendida entre los 22 y 35 años.

La procedencia de los encuestados que visitaban el santuario de Nuestra Señora de las Lajas están representados en un gran porcentaje por turistas de la región, los mismos tienen una permanencia de tiempo estipulado en horas de estadía. Aunque es muy importante que el visitante regrese, lo importante será tratar de atraer visitantes o turistas nuevos que de igual manera regresen a la región.

De igual manera se logró identificar que las ocupaciones o actividad principales del visitante son en su orden: comerciantes, estudiantes y docentes.

Además, se logró finiquitar que el motivo que más influyó para que las personas realicen su visita a la región es la práctica de turismo religioso, convertido en uno de los lugares más visitados en Colombia durante diciembre de 2021 y 2022.

Una de las necesidades latentes que a primera vista se observa en la región es el servicio hotelero, el cual se considera que se encuentra en un proceso de crecimiento, factor determinante en la búsqueda del proceso de competitividad de la región.

A si mismo se logró confirmar que en la región existe cierta cantidad limitada de operadores turísticos, impactando en los bajos niveles de información turística.

Referentes bibliográficos

- Argyriadis, K. (2005). El desarrollo del turismo religioso en La Habana y la acusación de mercantilismo. *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, 0(18), 29–52.
- Agredo Satizábal, F. (2019). Impacto de las TIC en la competitividad empresarial soportada por un modelo de educación digital. *Enfoque Disciplinario*, 4(1), 37-50. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/20>
- Cànoves Valiente, G. (2006). Turismo religioso en Montserrat: montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de Turismo*, 18, 63–76. <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/17881/17251>
- Cruz, P. (2006). Turismo Cultural , Turismo Religioso Y Peregrinaciones En Navarra . *Cuadernos de Turismo*, 18, 103–134.
- De La Torre, G. M. V., & Pérez, L. M. (2017). El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: Características de los turistas. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 2017(75), 29–54. <https://doi.org/10.21138/bage.2491>
- Duarte, D. C., & De Oliveira Palheta, L. F. (2021). Accessible religious tourism: A survey in the region of Planaltina/DF for visual and motor disability. *Journal of Tourism and Development*, 36(2), 519–530. <https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.4632>
- Estrella, R., & Jiménez, F. (2017). Impacto del turismo en el alivio de la pobreza. Caso Ecuador. *ECA Sinergia*, 8(2), 69–79.
- Fernández Poncela, A. M. (2010). El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 375–387. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.027>
- Gascón, J. (2023). the Participatory Process in Community Based Tourism: an Ethnographic Analysis. *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana*, 18(1), 41–65. <https://doi.org/10.11156/aibr.180103>
- Issn, T., & Tur, E. (2020). HOSPITALIDAD Y SERVICIOS EN EL TURISMO RELIGIOSO. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 29(3), 667–689.
- Jesus, T. De. (2018). TURISMO RELIGIOSO Los católicos y la búsqueda de sentido Estudios y Perspectivas en Turismo. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 27(2), 446–459.
- Kieffe, M. (2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. *El Periplo Sustentable*, 34, 8–43.

- Lois González, R. C., & López, L. (2012). El Camino de Santiago: Una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 58(3), 459. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.6>
- Martínez Amado, W. E., Barbosa Guerrero, L. M., Amaya Cocunubo, I. F., & Guzmán Ramos, H. F. (2020). ¿Son los momentos de crisis, una oportunidad para las marcas?. *Enfoque Disciplinario*, 5(2), 19-23. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/22>
- Meranti, D. I. K. (2015). *Análisis prospectivo de mercadeo para potenciar el turismo en los municipios de Bahía Solano y Nuquí, departamento del Chocó*.
- Nuzulia, A. (1967). PROSPECTIVA ESTRATÉGICA APLICADA AL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO PARTICIPATIVO. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Pérez Rivera, A. E., & Sarabia Molina, M. (2021). Turismo Alternativo: Actividades del Turismo Religioso como Estrategia de Desarrollo del Cantón Nobol. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 9(2), 132–141. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v9i2.478>
- Perilla, T., Maribel, S., & Perilla, T. (2013). Turismo religioso, fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, 14, 237–249.
- Rica, U. D. C., Arellano, S., Manuel, J., Desarrollo, E. L., Turismo, D. E. L., Translocal, R., Caso, E. L., Santería, D. E. L. A., Lima, A. E. N., Rica, U. D. C., José, S., Rica, C., Desarrollo, E. L., Turismo, D. E. L., & Translocal, R. (2012). El Caso De La Santería Afro Cubana En Lima , Perú the Development of the Translocal Religious Tourism : a Case of the Afro-Cuban Santeria in Lima , Peru. *Reflexiones*, 91(1), 139–155.
- Ruiz Cabezas, M., García Moreno, A., Martínez Zabaleta, M., & Vidal Tovar, C. (2020). La gestión del conocimiento en las empresas cooperativas. *Conocimiento Global*, 5(2), 53-69. Recuperado a partir de <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/103>
- Sánchez-González, P., & Fernández-Hernández, R. (2019). Mayrit on: A new cultural-religious tourism. *International Journal of Professional Business Review*, 4(1), 81–93. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85109455820&doi=10.26668%2Fbusinessreview%2F2019.v4i1.110&partnerID=40&md5=b3c35009a049cabf3b9768662d2f93c4>
- Sánchez Castillo, V., Peláez Rodríguez, M., & López de Parra, L. (2021). Valoración del territorio para el fomento del turismo: una aproximación desde los actores en cuestión. *Conocimiento Global*, 6(2), 247-261. Recuperado a partir de <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/205>
- Soledad, S., Córdova, C., Isaías, J., Tume, A., Alexis, A., Chinchay-villarreyes, S. S., Alexis, A., & Tume, A. (2020). Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú/ Promotion strategies for the promotion of religious tourism in Peru. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(3). <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33247>
- Villota Ortega, D. G., Burbano Ruano, J. J., Revelo Ramírez, J. A., Arcos Castillo, L. N., Revelo, L. G., Pulistar Suárez, B. J., Casanova Guerrero, A. L., Recalde Martínez, J. H., Farinango Vivanco, M. C., Bastidas Mera, E. J., & David Guerrero, D. F. (2020). Cesmag. *Cesmag*. <https://doi.org/10.15658/cesmag20.12010115>